نهوند القادري سعاد حرب

الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون

بحث في الأدوار والمواقع



المركز الثقافي العربي تجمع الباحثات اللبنانيات

صورة الغلاف: إعلاميون أثناء تغطية مجزرة قانا التي نفذّها الجيش الإسرائيلي في أثناء اجتياحه للبنان عام 1996. وهي مأخوذة من أرشيف الصحافية ديانا مقلّد. (تصوير وكالة الصحافة الفرنسية)



الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون

بحث في الأدوار والمواقع

نهوند القادري سعاد حرب

نهوند القادري

أستاذة في الجامعة اللبنانية
كلية الإعلام والتوثيق
دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال
من جامعة باريس II ـ فرنسا
عضو في «تجمع الباحثات اللبنانيات»
باحثة في شؤون الإعلام والمجتمع

سعاد حرب

أستاذ مساعد في الجامعة اللبنانية
كلية الآداب
دكتوراه في الفلسفة الحديثة
من جامعة ليون III ـ فرنسا
عضو في «تجمع الباحثات اللبنانيات»
لها ترجمات ودراسات في الفلسفة

الطبعة الأولى

تشرين الأول ـ أكتوبر 2002

عنوان «تجمع الباحثات اللبنانيات»:

لبنان ـ بيروت ـ الصنائع ـ مركز توفيق طبارة الاجتماعي
ص. ب 5375/133 ـ تلفون + فاكس: 739726-01
E-*Mail:* bahithat@cyberia.net.lb

المركز الثقافي العربي

العنوان:
□ الدار البيضاء/ ● الشارع الملكي (الأحباس) ● فاكس: 2305726 ● هاتف: 2303339 ـ 2307651
● 28 شارع 2 مارس ● ص. ب / 4006/ درب سيدنا.

□ بيروت/ الحمراء ـ شارع جان دارك ـ بناية المقدسي ـ الطابق الثالث.
● ص.ب: 5158-113 ● هاتف: 352826 ـ 750507 ● فاكس: 343701-1-00961

إلى المراسلات العربيات في الجنوب اللبناني وفلسطين المحتلة اللواتي خرقن الأدوار المرسومة لكل من الجنسين، وساهمن في تصوير الفظاعات التي ارتكبتها أيادي العدو بحق الأبرياء والعزل، وكي لا يعاد توزيع الأدوار وتبديد المكتسبات، نهدي هذا العمل.

المحتويات

القسم الثاني:

اوجه التباين بين الإعلاميين والإعلاميات

كما بدت من خلال دراسة الحالات

تقديم عام

عندما فكرنا في إجراء هذه الدراسة كانت دوافعنا نابعة من أمرين: من ناحية، تزايد الجدل في الأوساط الإعلامية والثقافية وحتى الشعبية حول موقع النساء ودورهن في الإعلام، لا سيما المرئي منه، وبروز أحكام مسبقة وتعميمات في هذا المجال سلبية كانت أم إيجابية، ترافقت مع ظاهرة تعدد وتنوع محطات التلفزة العربية الأرضية والفضائية. ومن ناحية ثانية، تزايد الاهتمام بدراسة التمايز النوعي في العمل بين النساء والرجال «الجندر»، وهي التسمية التي سوف نعتمدها في هذه الدراسة إلى جانب «التمايز النوعي» لأسباب عديدة منها:

إن هذه التسمية غدت معتمدة لدى العديد من الباحثات والباحثين، كما أنها مفردة وحيدة تجنبنا استعمال جملة مفردات للدلالة على المفهوم نفسه، عدا عن قبولها لصيغ الاشتقاقات، كأن نقول عن دراستنا مثلاً إنها محاولة لدراسة جندرية للعمل الإعلامي المرئي.

وقد حاولنا في هذه الدراسة تقديم:

أولاً:

صورة عامة للخصائص الجندرية للعمل الإعلامي في محطات التلفزة، وهذا القسم اهتمت به نهوند القادري عبر استمارة شاملة أخذت بعين الاعتبار الفوارق الجندرية في العمل الإعلامي المرئي بشكل عام.

ثانياً:

تقديم صورة عن التوزيع الجندري تبعاً للأقسام مع محاولة التعرُّف على التلفزيون من خلال بنيته، وهذا القسم اهتمت به سعاد حرب عبر دراسة الحالات

بدأ العمل في هذه الدراسة عام 1998 وتأخر نشرها لغاية العام الحالي، لأسباب عديدة منها المعوقات الخاصة بالعمل الميداني نفسه. لكن الفترة الفاصلة بين تاريخ البدء وتاريخ النشر لم تقلل من أهلية النتائج، إذ وجدنا في نتائج دراستنا تشابهاً مع حالات أخرى سواء في مجال عمل النساء، بشكل عام، أو عملهن في الإعلام المرئي في أماكن أخرى من العالم، بشكل خاص.

بالنسبة للمنهج، كان لنا كباحثتين حرية العمل فلم تلتزم إحدانا بمنهج الثانية. ولم ننطلق من الأفكار والتعميمات الرائجة في هذا المجال، إنما انطلقنا من جملة أسئلة تركنا للدراسة الميدانية الاستطلاعية ولدراسة الحالات أن تقدما أجوبة عنها.

وأخيراً بانتظار أن تظهر دراسات لاحقة في لبنان والعالم العربي تواكب المتغيّرات الاجتماعية والإعلامية على صعيد واقع النساء وعملهن في الإعلام، وتبلور مفهوم «الجندر» من خلال تطبيقاته العملية، نأمل أنْ تكون مساهمتنا مفيدة في هذا المجال.

القسم الأول:

أشكال التمايز بين الإعلاميين والإعلاميات في الإعلام المرئي في لبنان كما بدت من خلال الاستبيان

نهوند القادري

أشكر كل من ساهم في قراءة الاستبيان مبدياً ملاحظاته عليه:

د. نجيب عيسى، د.نهى بيومي، د. احمد زين الدين، د. فاديا حطيط، د. راغب جابر، سعدى علوه، د. محمد محسن، د.عزة شرارة ، د. عماد بشير، د. حبيب رمال وديانا مقلد.

أشكر فريق العمل الذي قام بتوزيع الاستبيان على الإعلاميين واللواتي اصبحن الآن في عداد الإعلاميات: مهى زواقط، سهاد كحيل، سلام ناصر الدين، دانية الامين، نسرين ناصر الدين، ديانا فرحات، غادة عواضة.

اشكر كل من ساعدنا في محطات التلفزة وامدنا باعداد الإعلاميين والإعلاميات في مرحلة الاستطلاع الاولي: فهد ملك، فايز البزري، فاطمة بيضون، قاسم سويد، سليم ثابت، علي ضاهر، نايف كريم، غبريال المر، طوني كرم.

اشكر من ساعدنا على تعبئة الاستمارة من داخل محطات التلفزة:

جنان ملاط، غسان حبال، عدنان ياسين، محمد محي الدين

وأشكر د. شوقي دياب على تصنيف المعطيات ومعالجتها.

نهوند القادري

- I -

مقدمة

ترافق حضور الإناث المتزايد في الإعلام المرئي، نظراً لتزايد محطات التلفزة الحكومية والخاصة، الأرضية والفضائية[1]، مع ظهور العديد من الآراء والمواقف التي لا تخلو من التعميمات والمنمطات، مختزلة النساء اللبنانيات بالإعلاميات، ومختزلة الإعلاميات اللبنانيات بالمرئيات منهن على الشاشات، لا سيما المقدمات الجميلات المبتسمات دائماً وأبداً.

وتوزعت الآراء والمواقف ازاء هذه الظاهرة، إلى عدة فئات:

- **واحدة**، رأت في تزايد ظهور المرأة في الإعلام المرئي علامات تطور وتحرر وحداثة[2]، متوقعة من هؤلاء الإعلاميات المرئيات مزيداً من المساهمة في تحسين صورة المرأة، وفي إضفاء المزيد من التنوع على القيم الثقافية والانسانية. وذلك من خلال التأسيس لصورة المرأة المحاورة، الخارجة إلى العلن بكل ما لديها من مفاتن وأفكار وتعبيرات وانفعالات.

- **ثانية**، رأت في الإعلامية المرئية إعادة إنتاج لنظام الحريم، إنما باشكال جديدة وعصرية لا تخلو من الاستغلال: (في السابق كانت المرأة تتجمل وتستغل

---

(1) قدر عدد الفضائيات التي عرفها العالم العربي لغاية الآن بـ 78 قناة - أنظر الحياة 20-1-2001.

(2) ضمن تصور مسبق للحداثة أنها تعني آلياً التقدم والتطور للمرأة، مع الاشارة إلى أنه هناك من يرى أن التحديث يمكن أن يخلق أمراضاً ومشكلات جديدة وأشكالاً من الهيمنة أكثر صعوبة ومكراً وقوة. إذ يرى روسو «أنه مع تراجع التقليد أمام المعاصرة تتراكم تكلفة ضخمة فردية واجتماعية وثقافية» - أنظر أرلين علوى مكليود، الاحتجاج الهادئ- المرأة العاملة والتحجب الجديد والتغير في القاهرة- ترجمة اكرام يوسف. المجلس الأعلى للثقافة- مصر 1999- ص 38

مفاتنها إرضاء لزوجها، أما الآن فتُستغل مفاتن النساء لجذب المشاهدين الرجال). وبالتالي تنظر هذه الفئة إلى الإعلاميات على أنهن «ساذجات محدودات همّهن استعراض أجسادهن، لدرجة جعلت ربات البيوت والأمهات يستأن من الاثر الذي قد تتركه هذه الاساليب "الوقحة، السمجة والغليظة" على فتياتهن وربما على فتيانهن»[3].

- ثالثة، رأت في هؤلاء الإعلاميات، كما في الإعلاميين بشكل عام، عجزاً عن احداث التغيير المنشود على صعيد وضعية المرأة، لكونهم جميعاً يخضعون لنظام عمل المؤسسات الإعلامية بمحدداته الاجتماعية والقانونية والاقتصادية[4].

إن نظرة تحليلية إلى هذه الآراء تُظهر لنا أن هناك العديد من الأسباب الكامنة وراء تنوعها المتسم أحياناً بالمبالغة والاستعجال في إطلاق الأحكام:

أولاً، تعود المبالغة في ردود الفعل على تزايد حضور الإناث المرئي سواء

---

(3) عادل وهبة، «برامج مراهقة لا تحترم ذائقة الجمهور. رزان، يمنى وكارلا يغزون الشاشات بالجرأة الساذجة» الحياة 3-10-2001

- صرح وكيل وزارة الإعلام المساعد للتخطيط السعودي الدكتور عائض الردادي: «أن قنوات انحرفت نحو الفن الهابط وعدم الالتزام بالدور وهدم قيمة الدين والأخلاق والدخول من بوابة الانتاج الاجنبي وابتذال المرأة». أنظر الحياة 5-7-1999

- اعتبر العاملون أن ظهورهم على الشاشات بهذا الشكل الذي أثار حفيظة البعض واعجاب البعض الآخر وحيرة القسم الأكبر، أمر طبيعي، فهم لم يجترحوا شخصياتهم، بل هي أصلاً كما وصلت إلى المشاهد. يقول طوني خليفة من ال أل بي سي هذا هو لبنان كان يستقطب السياح العرب منذ نشأته. وتقول هيفا حداد «ما الك الا هيفا»: المرأة اللبنانية متحررة، ما يشاهدونه على التلفزيون جزء من حياتنا. يتساءل شاب بحريني: أليس في لبنان فتيات جمالهن عادي؟ - أنظر حازم الأمين، الحياة 5-6-1998

(4) نجوى كامل، «الاتجاهات الحديثة في دراسات الصحافة النسائية»، مائة عام على تحرير المرأة، المجلس الأعلى للثقافة، سلسلة أبحاث المؤتمرات، اشراف د. جابر عصفور، 23-28 أكتوبر 1999، ص 447

- تقول ديانا مقلد، مقدمة برنامج «بالعين المجردة» في تلفزيون المستقبل، «لانجاز المواضيع لا بد من اجتياز مراحل عدة لتكتمل كمادة صحافية: 1- موافقة المرجعية المهنية في المؤسسة؛ 2- تجاوز المعوقات المهنية خصوصاً في المجتمعات التقليدية؛ 3- ردة الفعل التي قد تكون مفاجئة سواء من ناحية رفض عرض المواد لاعتبارها خرقاً للمحظورات أو عدم الاكتراث للدلالات الانسانية والاجتماعية التي تحملها». لقاء مع تجمع الباحثات اللبنانيات في 17 أيار 2001

كانت المغتبطة ام الممتعضة منها إلى ان بروز المرأة في أي مجال يجعلها محط انظار، فكيف ببروزها في الإعلام المرئي؟! لا سيما وان المحطات دفعت بالفتيات إلى الواجهة وجعلتهن مرئيات أكثر من الرجال وبشكل مبالغ فيه احياناً. وذلك في سياق من ردود الفعل على تداعيات العولمة، التي رأى فيها البعض اتجاهاً نحو التأنيث. فعلى سبيل المثال يشير فوكوياما «ان العصر القادم هو عصر القيادات النسائية»[5]. هذا عدا عن أن موضوع المرأة والإعلام جاذب بحد ذاته للتفكير ولاتخاذ المواقف نظراً لأمرين أساسيين:

1- ما يجري يومياً على مسرح الميديا ليس فقط تمثيلاً للاحداث، وإنما لأنماط الحياة الجديدة والسلوكات والازياء[6]. فدعاة التجديد يراهنون عليها كوسائل ناقلة بامتياز لما هو جديد[7]، ودعاة التقليد يخافون منها ويحذرون من خطرها[8]، والمحافظون يسعون من خلالها إلى الحفاظ على الاوضاع الراهنة[9].

فجزء كبير من عملية التنشئة الاجتماعية للافراد يتمّ من خلال وسائل الإعلام، كما يرى العديد من الباحثين[10].

2- تحوُّل النساء، خصوصاً في عالم ما بعد الكولونيالية، إلى رموز في مجال

---

(5) ريما عبد الرحمن الصبان، «المرأة العربية والعولمة»، مائة عام على تحرير المرأة، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، ص 804
- يقول ريجيس دوبريه انه «تأثير الواقع الخاص بالصورة التلفازية المرئية أصبح العالم دائناً عندما غاص في القدم وتخلى عن الرموز، أصبح عطوفاً حساساً أنثوياً». محاضرات في علم الإعلام العام-الميديولوجيا، ترجمة د. فؤاد شاهين، د. جورجيت الحداد، دار الطليعة، بيروت 1991، ص236-238

(6) Lazar Judith, *Sociologie de la communication de masse*, Paris, Armand Colin 1991, page 10.

(7) Michelle Martin, *Communications et medias de masse, culture, domination et opposition*, Quebec, Presse de l'université de Quebec 1991, p171.

(8) اشارة العديد من الحركات الأصولية إلى مخاطر الغزو الثقافي الذي تقوم به العديد من محطات التلفزة.

(9) Katz Elihu, "La recherche en communication depuis Lazarsfeld", in *Hermes*, Num 4, "Le nouvel espace public", Paris, CNRS 1991, pp. 77-91.

(10) Michelle Martin, op. cit. p 142.

الهوية ورؤى المجتمع[11].

ثانياً، يكمن التنوع في ان الإعلاميات موضوع هذه الردود لسن كتلة واحدة متجانسة، انما محكومات بالاختلافات العائدة لظروف كل منهن. كما أن الفئات الاجتماعية المشاهدة لهذه الظاهرة هي ايضاً متنوعة، وكل من موقعها وانطلاقاً من قناعاتها وآرائها.

ثالثاً، يعود التسرع إلى أن بعض هذه الفئات لا يرى من جبل الجليد الا الجزء الظاهر منه، مدفوعاً بتصور منقوص عن التحولات الحاصلة على صعيد عمل المرأة، وعمل الأجهزة الإعلامية، فقد تأتي مثلاً عن تقدم ثقافة الصورة، التي دفعت المنظومة الإعلامية الراهنة بها إلى الواجهة، تقديم الشكل على المضمون[12]. وكان ذلك وراء الطلب المتزايد على الإعلاميات ذوات المواصفات الجمالية[13]، مقابل عرض متزايد من قبل الجامعيات اللواتي يشعرن بأنهن جميلات[14]. فالحضور الانثوي يطغى في كليات الإعلام (حوالي 80% من

---

(11) مسألة حقوق النساء كما قالت دنيز كنديوتي بالنسبة للعالم الاسلامي هي: «دائماً جزء من ارضية ايديولوجية تناقش عليها افكار اشمل عن الاصالة الثقافية والتكامل الثقافي، وهي امور يصبح معها مكان المرأة المناسب وسلوكها قابلاً للاستخدام في وضع الحدود مع الآخر». انظر «الحركة النسائة والتطور في الشرق الأوسط» حررته بالانكليزية ليلى ابو لغد- ترجمة نخبة من المترجمين - المجلس الاعلى للثقافة - مصر 1999- ص 3 و4.

(12) «حق الصدارة اليوم ليس للبرهان وانما للشهادة، ليس للخطاب وانما للمتكلم، ليس للحجة وانما للحضور». انظر ريجيس دوبريه، مرجع سبق ذكره. ص 237

(13) اجاب المخرج سيمون أسمر، رداً على سؤال حول اقتصار مجال ربط الفقرات على الإناث قائلاً: «ان المشاهد يفضل رؤية فتاة جميلة لطيفة على الشاشة، هذا الحال في العالم كله انها حال الدنيا». أنظر رنا حنا، «ربط البرامج مهنة للإناث أم للذكور؟»، السفير، 8 تشرين الثاني 1999.
- «النساء لا يشخن في التلفزيون، انهن يسرحن قبل أن يحصل لهن ذلك»، Caroline Rachman, Télé interdite des rides", Marie Claire, Mai 1999.

(14) رداً على سؤال طرح على الطلاب في امتحانات الدخول لكلية الإعلام والتوثيق للعام الدراسي 2001-2002، لماذا اخترت الإعلام مجالاً لتخصصك؟ أجابت العديد من الفتيات: لأني أملك مواصفات جمالية معينة.
- شرحت احدى الطبيبات أسباب اقبال الشابات اللبنانيات على جراحة التجميل بقولها: «ان الجمال أصبح شرطاً منافساً في ايجاد فرص عمل في لبنان وفي مهن كثيرة، شركات الاعلان، عروض الأزياء، المحطات المرئية، التسويق». أنظر الحياة، ملحق الشباب، 15 أيلول 1998

الإناث)[15]، في ظل سياق إعلامي سمته تزايد محطات التلفزة وخصوصاً الفضائية منها، وتنافسها على سوق اعلانية ضيقة[16]، مع ما يمليه منطق السوق على المرأة[17]: كموضوع للإعلام، كإعلامية عاملة في الإعلام، كمستهلكة له.

بمعنى آخر تسرع البعض وراح ينظر إلى صورة المرأة في الإعلام بمعزل عن السياق الذي تُفَبْرَك وتُستَهلك فيه هذه الصورة، والى حضور النساء في محطات التلفزة كإعلاميات من زاوية ما هو مرئي فقط، ومن زاوية الارقام والنسب، بمعزل عن مواصفات عملهن وظروفه، وظروف عمل محطات التلفزة بالعلاقة مع السياق الاجتماعي والاقتصادي، وبالتنافس فيما بينها. ولذا راح يتم الحكم على نتيجة أعمال الإعلاميات وانعكاس ذلك على صورة المرأة التي يقدمنها، وتحميلهن مسؤولية هذه النتيجة، وكأنهن يتواجدن لوحدهن وبإمكانهن ان يعملن على هواهن، او كأنهن سلبيات يتلقين فقط ما يملى عليهن، غير معنيات بوضعهن او غير مشاركات في صنعه.

لهذه الاسباب ولغيرها أصبحت المرأة الإعلامية تُعدّ أحد أهم الموضوعات المطروحة على الاجندة البحثية في مختلف البلدان، خصوصاً في ما يتعلق بحجم

---

(15) «المرأة والرجل في لبنان: صورة احصائية» - UNDP-UNIFAM-IDRC-UNFA-ILO_ESCAW- UNESCO

(16) يقول جان كلود بولس، المدير السابق لتلفزيون لبنان: «السوق الاعلانية اللبنانية لا يمكنها تأمين عائدات تغطي 5 تلفزيونات هي عدد المحطات التلفزيونية، خصوصاً أنها تقلصت من 52 مليون دولار عام 1997 إلى 48 مليون دولار عام 1998 نتيجة المنافسات غير السليمة بين التلفزيونات اللبنانية»، الحياة 20 نوفمبر 1998

- قدر بيار الضاهر، رئيس مجلس ادارة ال أل بي سي سوق الاعلانات على مجمل الفضائيات نحو 110 مليون دولار سنوياً، يذهب نحو 40% منها لشركات الاعلان- الحياة 18-5-1999

(17) تتكلم الاعلانات بسرعة، بقوة، بجدة، بهدف الاعجاب والتأثير والاغراء، لقد أملت منطقها على الصحافة والراديو والتلفزيون. انتهت الصورة لتمارس تأثيرها على الأشكال الاخرى من التعبير.

Voir à ce propos, Francis Balle, "Le mandarin et le marchand, Le juste pouvoir des medias", Flammarian, paris 1995, p52.

- «فكرة المنافسة للمحطات اللبنانية والتخلي عن المشاهد اللبناني لصالح الهجمة على سوق الاعلان القمرية، مما حوّل الأقنية إلى أقنية عمالة خليجية تقريباً وحسب الطلب الخليجي الذي هو في جلّه يتعلق بجمال المذيعة اللبنانية وعصريتها ومستجدات أوضاعها الاجتماعية». عناية جابر، «خريف الأقنية اللبنانية، العين على الخليج والبرمجة ذاتها»، السفير 23 ك2 1997، ص16

العمالة الصحافية. غير ان اتجاهاً في دراسة المرأة الصحافية برز منذ نهاية الثمانينات لا يهتم كثيراً بالتواجد الكمي للنساء الصحافيات ويميل إلى الاهتمام بمعيشتهن وانماط حياتهن الصحافية[18]. ومن هذه الدراسات برز التساؤل، وإن بشكل مبسط أحياناً، حول مدى تأثيرهن على المضامين الإعلامية، لا سيما في ما يخص موضوع المرأة.

لكننا نجد ان الاهتمام بتحليل حياة الصحافيات المهنية قليلاً ما يفي بالغرض لوحده، الا اذا تمت مقارنة ذلك مع معيشة الصحافيين الرجال. كما أن المقارنة المبسطة والآلية بين الإناث والذكور تُوقعنا بمحاذير عدة منها: ان اللجوء إلى المقارنة يعني عدم اعترافنا بان موقع النساء في الانتاج الإعلامي له وقائع خاصة به، اي انه لا يعبر عنه الا بالرجوع إلى فئة اخرى من العاملين وهم الرجال. اي ان ذلك يعني الاعتراف بوجود معيار للعمل الذكوري وآخر للأنثوي، وان خصوصية النساء تنبع من الأعمال التي ليست للرجال والتي لا يعملها الرجال. بالاجمال هذه الاشكالية، على صعيد المنهجية التي تولدها، تعيد انتاج الافكار الايديولوجية المسبقة التي تضع النساء في حالة من التبعية[19]. لذلك نجد من الضروري الذهاب ابعد من مسألة الفروق هذه، ومحاولة دراسة موقع كل منهما من عملية انتاج الميديا ضمن سياق عملية الانتاج الاشمل. فالميديا جزء من انتاج رأسمالي خاضع لمصالح متناقضة، وهذا النظام لم يزل بطريركياً يأخذ الرجال فيه القرارات والنساء يتبعنهم. أي أنها ملك لمجموعة رأسمالية هدفها ليس فقط تحقيق الربح، إنما اعادة انتاج الايديولوجيا المسيطرة من خلال إعادة تقسيم الأدوار[20].

إذن لا يكفي أن نرى المرأة على شاشات التلفزة طليقة في جلستها وتعبيراتها كي نقول انها تقدمت في هذا المجال وبأشواط كبيرة. فقد يكون هذا المؤشر الكمي الدالّ على مزيد من التأنيث، مرتبطاً بالمتغيرات والمتطلبات الإعلامية اكثر

---

(18) نجوى كامل، «الاتجاهات الحديثة في دراسة الصحافة النسائية اللبنانية»، مرجع سبق ذكره، ص494.

(19) Patricia Bouillaguet, Bernard *Annie*, Gauvin *Ayel*, Jean Luc Autin, "Femmes au travail- prosperité et crise", preface Henri Bartoli. Economica, Paris 1981, p.26.

(20) Michelle Martiñ op.cit, p.151.

مما هو مرتبط بالمتغيرات الجوهرية على صعيد وضعية المرأة. لا سيما وان ظاهرة الطلب على الإعلاميات الجميلات ليست حديثة، إنما ترافقت تاريخياً مع ظهور محطات التلفزة، ولعل في كلام جان كلود بولس عن الإعلاميات الأوائل في معرض تأريخه لمحطات له في تلفزيون لبنان، ما ينم عن طريقة تعاطي محطات التلفزة أو بالاحرى القيمين عليها مع المرأة كإعلامية[21].

لذلك، بعيداً عن النظرة الاحادية الجانب لعمل هؤلاء الإعلاميات، رأينا ضرورة الاخذ بعين الاعتبار المتغيرات التي طرأت على صعيد عمل المرأة في لبنان بشكل عام[22]، وتلك التي طرأت على صعيد عمل أجهزة الإعلام والعائدة للتطورات الاتصالية والتكنولوجية التي شهدها العالم في العقود الاخيرة من القرن العشرين، بحيث غدت هذه الاجهزة بمثابة مصانع تنتج سلعاً وخدمات، وتغذي مصانع اخرى مرتبطة بها[23]، اي تحولت إلى مؤسسات لها قوانينها ومعاييرها

(21) كتبت صحيفة لوموند الفرنسية في 23 حزيران 1959 بمناسبة تدشين الرئيس رشيد كرامي لتلفزيون لبنان «هذا الدخول إلى البيوت الشرقية والمسلمة من خلال صور تحمل انماطاً جديدة من التفكير، اللباس، الصحة، سوف يحقق ثورة بدأتها السينما... الخ». انظر:

Jean Claude Boulos, "La télé quelle histoire", presse de la SIEL - Beyrouth, decembre 1995, p. 47.

«اول وجه اطل على تلفزيون لبنان كان وجه المذيعة نجوى قزعون التي حلت بالصدفة محل اختها التي تم تدريبها وكان وجهها مناسباً للصورة التلفزيونية وصوتها عذباً غير انها تزوجت، ولم يكن الا لاختها ان تحل محلها والتي تحولت بدورها إلى المذيعة الاكثر تألقاً»، ثم يتذكر المذيعة اندرية هاني «المعروفة بغرتها وانفها ويشير إلى الجمهور الحساس لابتسامتهن». جان كلود بولس، مرجع سبق ذكره. ص 49

(22) ارتفعت نسبة العاملات خلال ربع قرن 1970-1995، من 17,5% إلى 20,8% من مجموع القوى العاملة. على الرغم من التقدم الذي حققته المرأة اللبنانية على صعيد المشاركة في النشاط الاقتصادي، فإن الهوة لا تزال واسعة نسبياً بينها وبين الرجل اللبناني على هذا الصعيد، فمقابل ارتفاع معدل النشاط الاقتصادي الخام عندها من 9,5 الى 13,4% خلال الفترة 1970-1995 ارتفع هذا المعدل عند الرجل من 43,9% إلى 53,2%. ان العامل الرئيسي الكامن وراء هذا الفارق هو ممارسة المرأة لأعمال لا تعتبرها الحسابات القومية في عداد النشاطات الاقتصادية كالاعمال المنزلية والعناية بالأولاد، فنلاحظ مثلاً أن العازبات والمطلقات والهاجرات أزواجهن يشكلن نحو 64% من مجموع العاملات (37% عند الرجال) مقابل 30% من المتزوجات (61% للرجال).
أنظر: نجيب عيسى، «التمايز النوعي في مجال النشاط الاقتصادي في لبنان» في «التمايز النوعي بين الجنسين في لبنان»، وزارة الشؤون الاجتماعية بالتعاون مع صندوق الامم المتحدة للسكان، بيروت 2000.

(23) Judith Lazar, op.cit, p10.

الخاصة المرتبطة بها وبالسياق الاجتماعي الثقافي الاقتصادي الذي تعمل في ظله.

وهذا ما يدفعنا للنظر إلى الإعلام على انه عملية اجتماعية منظمة؛ العاملون فيه، نساء ورجالاً، هم جزء من مؤسسة. فصورة الإعلامي المستقل العامل لوحده أصبحت بائدة، إذ إنه ينتمي إلى مجموعة من النظراء العاملين معه في المؤسسة وينفذ عملاً محدداً ضمن فريق تقوم بينه وبينهم روابط، وهذه الاخيرة لا تتم بشكل آلي، بل هي نتاج عمليات تبادل وتفاوض، تأخذ احياناً طابعاً صراعياً. ولقد وصف Gerbner الإعلاميين بأنهم يعيشون تحت ضغوط مستمرة، ويخضعون لتأثيرات وضغوطات شخصية ومهنية واجتماعية[24]. فوراء كل قرار بايصال معلومة هناك قرار باستبعاد اخرى، خصوصاً في ظل التنافس المحموم القائم بين الوسائل الإعلامية.

بمعنى آخر، هناك رقابة اجتماعية تمارس على الصحافيين بشكل غير مباشر، وهي بمثابة نوع من التنشئة الاجتماعية socialization، والتي قد تحصل داخل اي مؤسسة، يكتشف الصحافي من خلالها او بالاحرى يستنبط القوانين والمعايير ويحاول أن يتلاءم معها، وذلك من خلال قراءة اوراق زملائه، أو ملاحظات المسؤولين عن عمله حذف فقرة او مقطع، أو الثرثرة في الممرات، أو الاجتماعات مع المسؤولين، أوالاجراءات التي يمكن ان تتخذ ضد احد زملائه، أو تجميد عمل احدهم... إلخ. كل هذه الامور تعلّم الصحافي بشكل غير مباشر السياسة المتبعة وكيف يمكنه ان ينتظم في هيكلية المؤسسة وأين موقعه من تراتبيتها[25].

ولعل ما اصبح يميز صناعة الميديا، عدا عن كلفة منتوجاتها، هو تعدد العاملين فيها وتنوّعهم، إذ راحت تشهد مؤخراً مزيداً من تقسيم العمل، واصبح لكل مجموعة معاييرها وقيمها[26]. من هنا تنبع صعوبة دراسة المتصلين وتحليل أوضاعهم المهنية بشكل شامل، لأن ذلك يتطلب معالجة على مستويين:

(24) Judith Lazar, op.cit, pp 118-119.

(25) Judith Lazar, op.cit, p 120.

(26) Judith Lazar, op.cit, p 110.

- المستوى الفردي، اي الافراد المتصلين انفسهم، بخلفياتهم الفكرية والاجتماعية، إذ لا يمكن النظر اليهم كما اشرنا ككتلة واحدة متجانسة، ولا التركيز فقط على التأثيرات العرضية للقوى الخارجية عليهم الآتية من المؤسسة او من المجتمع، وتجاهلهم هم انفسهم نساءً ورجالاً. اي لا بد من البحث عن هامش المناورة لديهم، وعن تنوع استجابات كلٌ منهم. فهم، وإن بمستويات متفاوتة، مندمجون، ان لم نقل متورطين، في هذه الهياكل الاجتماعية وعلاقات القوة فيها.

- المستوى المؤسساتي، اي مدى المرونة التي تحكم بنية المؤسسة والتي يتحدد من خلالها هامش الاستقلالية المتروك للإعلاميين، لا سيما وان للنسق الإعلامي système médiatique إيقاعاً غالباً ما يكون شبيهاً بإيقاع النسق الاجتماعي[27]. فكي يتمكن هذا النسق من العمل يتوجب عليه القبول بعدد من الضغوط او مواجهتها، والتي هي بمثابة ضرورات ملازمة لكل عمل انتاجي، منها مثلاً: متطلبات الآلة (السرعة، المباشرة، التقنيات الموجودة) - متطلبات المهنيين (العلاقة مع الزملاء) - الضغوط الاجتماعية (نظام المجموعة ومعاييرها) - ضغوطات اخلاقية مرتبطة بسلوكات الافراد المؤثرين[28].

وميزة هذا النسق انه لا يمكنه البقاء خارج العاملين لديه، بل يدخل اليهم ليقولبهم من الداخل وبشكل ممنهج،و يتمثل ذلك بعدد من التنازلات الشخصية. وتستند استمراريته إلى تصرفات اعضائه (في موضوع العادات، في العلاقة مع المعرفة / السلطة/ العمل / الوقت)، وإلى أذواقهم وممارساتهم الثقافية، أكثر مما تستند إلى خياراتهم وآرائهم السياسية[29].

باختصار، يقولب هذا النسق العاملين ليعملوا ما يُنتظر منهم تحت شعار «حرية العمل كما يجب»، كأن يتنافسوا في ما بينهم بشكل محموم من اجل

---

(27) Michel Mathien, Le Système Mediatique, éd. Hachette, Paris 1989, p160.

(28) Mathien, op.cit., p 103.

(29) Alain Accardo, "La liberté de faire 'comme on doit', derrière la subjectivité des journalistes", in *Le Monde Diplomatique*, Mai 2000, p. 4.

رهانات غالباً ما تكون زائفة. وعدم استقلالية المتصلين نابعة من عدة أمور تعود لظروف الاتصال، وللمواضيع المفروضة، ولتحديد الوقت، عدا عن الميل إلى التوافق من خلال رقابة ذاتية عن وعي او عن عدم وعي، ودون الحاجة إلى تذكيرهم بذلك. هذا عدا عن الرقابة الاقتصادية، فكل ما يجري في محطات التلفزة يتحدد بجزء كبير منه من خلال مالكيها والمعلنين والممولين.

مع الاشارة إلى انه لا يمكن ان تتم معالجة هذين المستويين الا ضمن السياق الاجتماعي لعمل المؤسسات الإعلامية، خصوصاً وان السياق اللبناني يتسم بالتنوع والتعدد، وهذا ما ينعكس تنوعاً على الانساق نفسها وعلى الإعلاميين انفسهم.

ان تسليطنا الضوء في هذه المقدمة على آليات عمل الانساق الإعلامية، من خلال تركيزنا على الضغوط التي قد يتعرض لها الإعلاميون، او يجدون انفسهم مجبرين على تحملها بشكل عام، لا يهدف إلى ادانتهم ولا إلى تبرئتهم، نساء كن ام رجالاً، إنما المقصود من ذلك، وبعيداً عن الاحكام والاستنتاجات المعيارية، اشراكهم في التفكير للبحث عن الوسائل الكفيلة بالتغلب سوية على مخاطر البعد الادوي للاتصال. فكلما عرفنا كيف تعمل هذه المحطات، عرفنا ان العاملين فيها هم مضلَّلون على قدر ما هم مضلِّلون، وان بامكانهم ان يضلِّلوا اكثر الجمهور عندما يكونوا هم انفسهم مضلَّلين وغير واعين لذلك[30].

ونظراً لأن مفهوم «الجندر» صِيْغَ لدى تزايد الحاجة في الدوائر الاكاديمية إلى ضرورة التمييز بين الانتماء الجنسي والمترتبات الثقافية والاجتماعية لذلك الانتماء[31]، فإننا سوف نعتمد النهج التحليلي الهادف إلى البحث عن الاسباب الكامنة وراء الفروقات بين الذكور والإناث في محطات التلفزة في لبنان، باستخدام «الجندر» كأداة في تعريف العلاقات الاجتماعية والانتاجية وفهمها، وبالتركيز على المواقع والنشاطات المتنوعة للذكور والإناث، بما في ذلك الفروق في الحصول على السلطة والموارد والتحكم بها، بالاعتماد على بيانات مفصلة حسب

---

(30) Pierre Bourdieu, "Sur la television", éd. Liber, pp. 12-13.

(31) عزة بيضون، «الجندر؟... ماذا تقولين!؟»، السفير، الملحق الثقافي، 21-11-1997.

الجنس[32]. والمؤشرات الدالة عليه يمكن ان تكون قياساً او رقماً اوحقيقة واقعة او رأياً او سلوكاً او ادراكاً حسياً يشير إلى حالة محددة او وضعاً معيناً[33].

سوف نتتبع اشكال التمايز المباشرة وغير المباشرة بين الإعلاميين والإعلاميات بطرق مباشرة وغير مباشرة ايضاً، محددين التمييز المباشر بحسب ما جاء في اتفاقية «سيداو»:

«يعني مصطلح التمييز ضد المرأة اي تفرقة او استبعاد او تقييد يتم على اساس الجنس، ويكون من آثاره او اغراضه النيل من الاعتراف للمرأة، على اساس مساواة الرجل والمرأة، بحقوق الانسان والحريات الاساسية في الميادين السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمدنية او في اي ميدان آخر، او إبطال الاعتراف للمرأة بهذه الحقوق او تمتعها بها وممارستها لها بغض النظر عن حالتها الزوجية».

اما التمييز غير المباشر فإنه يحدد على انه المواقف والقواعد والممارسات التي قد تبدو ظاهرياً محايدة، الا انها في الواقع تؤدي إلى عدم المساواة في معاملة الافراد ممن لهم صفات معينة. ويحدث هذا عند تطبيق الشروط نفسها والمعاملة او المعيار على الجميع، وبما يؤدي إلى الاضرار بنسب متفاوتة على بعض الافراد دون غيرهم، على اساس من خواص معينة مثل العنصر، أو اللون، أو الجنس، أو الدين. ولا يكون متصلاً اتصالاً مباشراً بالمتطلبات الجوهرية للوظيفة[34]. ولذلك فان كان الطلب او الشرط يبدو محايداً بالنسبة للنوعين، الا أن تلبيته في الواقع اصعب على المرأة منه على الرجل، وهنا يكمن التمييز غير المباشر[35].

---

(32) «عربية 21»، العدد2 - النشرة الدورية المتخصصة لصندوق الأمم المتحدة للمرأة اليونيفام- غرب آسيا.

(33) «المؤشرات الدالة على الجندر، أهميتها وطرائق عملها» النسخة الأنكليزية للوكالة الكندية العالمية للتنمية CIDA، 1997، ترجمة معين امام، التجهيز الطباعي، دار المدى، دمشق 2000، ص 61.

(34) خلال انعقاد ندوة نظمها طلاب كلية الإعلام- الجامعة اللبنانية، عام 2000 شارك فيها الاستاذ نايف كريم رئيس مجلس ادارة تلفزيون المنار، حصل نقاش بينه وبين احدى الطالبات اذ سألته: «لماذا لا توظف محطتكم الا المحجبات؟» وقبل أن يجيب انبرت طالبة محجبة لتقول لزميلتها: «هذا المكان الوحيد الذي يتسنى لنا العمل به، لماذا لا توظفنا ال أل بي سي أو غيرها من المحطات؟».

(35) «المساواة بين النوعين، دليل للمفاوضة الجماعية» الكتيب الخامس، «الكرامة في مكان العمل» =

لقد توزعت اشكال التمايز التي اردنا دراستها إلى عدة محاور شكلت عناوين توزعتها الاستمارة، والتي امكن توليفها ضمن الاقسام التالية:

- توصيف اوضاع الإعلاميين والإعلاميات الاجتماعية.

- حياتهم المهنية، بدءاً من ولوجهم للعمل وطريقة توظيفهم والدوافع الكامنة وراء اختيارهم له، مروراً بظروف عملهم ودوامهم ورواتبهم وتدرجهم واكتسابهم الخبرات وتدريبهم واستقرارهم.

- كلفة العمل ومردوده وآفاقه كما يرونها هم سواء كانت مادية، ام اجتماعية، ام نفسية، ام عائلية.

- ممارساتهم للمهنة، وذلك بالعلاقة مع المسؤولين عنهم، مع الزملاء، مع الذات، مع المجتمع.

- ممارستهم للمهنة وتوجهاتهم الإعلامية بالتعامل مع الحدث والمصدر والجمهور.

- موقفهم من الانتماء البيولوجي، وممارساتهم بالعلاقة مع هذا الانتماء.

كل بعد من هذه الابعاد أمكن تفكيكه إلى مكونات من أجل تبسيط قياسه، ومن اجل طرح سؤال أو أكثر اعتقدنا أن الاجابة عنه تسمح بهذا القياس.

الاسئلة

ثمة اسئلة امبيريقية (تجريبية) شكلت حافزاً لإجراء هذه الدراسة، يمكن اختصارها على الشكل التالي:

- هل يكفي ان نرى النساء بكثافة على شاشات التلفزة لنقول إن التلفزيون يتجه نحو التأنيث؟

- هل اتاح العمل الإعلامي للمرأة تأكيد دور جديد لها؟ ام بقي امتداداً لدورها التقليدي المتمثل بإغواء الرجل او بطاعة مَن يتولى امرها حتى في اكثر

= تأليف شاونا أولني- أليزابث جودسون- كاشيني مالوبا كينز- فيث أونيل- مكتب العمل الدولي، جنيف، شعبة قانون العمل والعلاقات العمالية، ادارة الأنشطة العمالية، منظمة العمل الدولية 1998 مصر.

الامور ذاتية وحميمية؟ وهل سمح لها هذا العمل باتخاذ قراراتها الذاتية ضمن هامش الحرية المتاح لها، متحملة مسؤوليتها، خارقة جدار المحددات الاجتماعية الثقافية لدورها؟

– هل تعيش فعلاً الإعلاميات حالة استقرار وامان وظيفي؟ وهل الامومة والزواج والعائلة من مسبّبات الانتقاص من هذا الاستقرار؟ ما هي توقعاتهن حول احتمالات استمرارهن في العمل بالمقارنة مع الرجال؟

– هل يعترف الإعلاميون وتعترف الإعلاميات بخصوصية عمل كل منهما؟ هل من فروق في ممارستهم للمهنة؟ في توجهاتهم حول الإعلام؟ هل من سقف للترقي الوظيفي، او من عوائق امام التطور المهني خاص بالنساء دون الرجال او بالعكس؟

– ما مدى رضا كل من الإعلاميين والإعلاميات عن مؤسساتهم لناحية ادائها، وجوّها الإعلامي وتأمينها الظروف المناسبة للعمل؟

– هل هناك فروق بين الإعلاميين والإعلاميات على صعيد الانخراط في الحياة الاجتماعية والسياسية والنقابية؟

– هل قسمت ووزعت الادوار في هذه المحطات وفق ما يقتضيه المجتمع واعرافه وتقاليده، ام وفق ما يقتضيه سير العمل في هذه المحطات، ام ساهم الإعلاميون انفسهم، نساء ورجالاً، في توزيع هذه الادوار؟

– هل ازداد التمايز بين النساء والرجال ام تراجع تحت تأثير التقدم التكنولوجي، وتحت ضربات اقتصاد السوق؟ وكيف انعكس منطق السوق على الإعلاميين، نساء ورجالاً؟

الفرضيات

افترضنا منذ البداية، ونحن في طور صياغة اسئلة الاستمارة، ان نواجه صعوبات كبيرة في الحصول على الاجوبة، لذلك رحنا نتحايل على الاسئلة ونلتف عليها باشكال غير مباشرة لدفع الإعلاميين والإعلاميات نحو المزيد من التصريح، انطلاقاً من اننا اخذنا في الاعتبار عدة عوامل حسبنا انها تكمن وراء ميل الإعلاميين

إلى التكتم عن معلوماتهم، او على الاقل تحول دون الاجابة عن الاسئلة بصراحة منها:

أولاً، قليلاً ما تتوفر المؤسسات الإعلامية بالمعنى الفعلي لكلمة مؤسسة، خصوصاً في ظل التركيبة الاجتماعية السياسية القائمة في لبنان، مما يعني ربط مصلحة العاملين مباشرة بالاشخاص القيمين على المؤسسة وليس بالتراتبية التي تحكمها، مما يعني ايضاً اعتباطية في التوظيف والتعامل مع هؤلاء.

ثانياً، تراجع العمل النقابي في لبنان عموماً وضعف النقابات التي تهتم بالإعلاميين خصوصاً[36]، هذا عدا عن ضعف انخراط النساء في العمل النقابي[37]، مما يؤدي إلى غياب ما يسمى بأخلاقيات المهنة، ومما يوّلد لدى الإعلاميين شعوراً بان ظهورهم غير محمية. وهذا ما يؤدي بشكل عام إلى تكوين قناعة لديهم بان كلفة التستر على اخطاء المسؤولين اقل واسهل من الاعلان عنها، لا سيما لدى الإعلاميات اللواتي يدركن جيداً اهمية التكتم على الاخطاء المرتكبة بحقهن، ليس فقط خشية من المسؤولين بل خوفاً من تفسير المجتمع لها بشكل مغاير.

كما وافترضنا ضمناً ان هناك ما يشبه العنف الرمزي[38] الممارَس على

---

(36) «واقع نقابة المحررين لا يشبه في شيئ *واقع نقابات المهن الحرة* في لبنان، فأكثر من نصف الصحافيين اللبنانيين لا ينتمون إلى نقابتهم. هناك على ما يبدو خلل في النصوص القانونية التي تجعل من الانتساب للنقابة شرطاً اجبارياً لممارسة المهنة من جهة، وتجعل من الممارسة شرطاً للانتساب من جهة أخرى. رسم الانتساب مرتفع جداً. هناك نقيب وليس نقابة». أنظر: كارمن أبو جودة «قضية اسمها نقابة المحررين»، ملحق النهار، السبت 21 تشرين الأول 2000

(37) تقدر نسبة المحررات في الصحف اللبنانية بحوالي 40% ولا يضم مجلس نقابة المحررين سوى امرأة واحدة من بين 12 عضواً. كما وتشير الاحصاءات إلى أن المرأة سجلت تقدماً ملموساً في جميع المهن الحرة الا أنها لم تسجل تقدماً مماثلاً في تمثيلها في المجالس النقابية، مثلاً نسبة الطبيبات 15% لا وجود لأي منهن في مجلس النقابة، كذلك الحضور النسائي في النقابات العمالية يكاد يكون معدوماً، لم تمثل أي امرأة في المجلس التنفيذي للاتحاد العمالي العام ولا في مجلس المندوبين- أنظر المستقبل «نشرة» 21-3-1997.

(38) العنف الرمزي هو الذي يمارس من خلال التواطؤ الضمني بين ممارسيه والخاضعين له، ويكون الطرفان غير واعيين لا لممارسته ولا للخضوع له. Bourdieu, "Sur la television", op.cit., p16.

الإعلاميين عموماً والإعلاميات خصوصاً، فقسم منهن لا يعي التمايز، فهو لا يصدق انه حاز وظيفة كهذه في ظل تخمة سوق العمل وتزايد اعداد الخريجين، فيصبح افضل الممكن الحصول على الوظيفة والحفاظ عليها، بغض النظر عما قد يحصل فيما بعد من تجاوزات وضغوطات واغراءات آتية من مصادر او موارد غير منظورة[39]، بحيث يصعب التصريح عنها بشكل مباشر. كذلك افترضنا ان المؤسسات لانها بقسم كبير منها غير منتجة، تجد نفسها مضطرة إلى تقليد ما هو سائد عالمياً[40] تعويضاً عن النقص في الانتاجية، او توفيراً لكلفتها العالية[41] مع ما يجر ذلك معه من طرق واساليب مغايرة في التعامل مع الإعلاميين والإعلاميات.

بناء على ما تقدم تكونت لدينا الفرضيات التالية:

- النساء لسن رهائن بالكامل في عملية تشكيل محطات التلفزة للانماط النسائية، بل متورطات بشكل او بآخر في تشكيلها.

- يدل المؤشر الكمي على ان هناك تأنيثاً مرتبطاً بالمتغير الإعلامي مثلما ما هو مرتبط بتقدم المرأة. فوراء ظهور المرأة إعلامياً قد تختبئ حقيقة اخرى وواقعاً آخر، ورغم التطور الشكلي تبدو الارقام خادعة بعض الشيء.

- طرق تمويل وتنظيم المؤسسات الإعلامية لها انعكاس مهم على تحديد

---

(39) ورد في مجلة «الفضائية» خبر غير بريء يطال احدى المذيعات اليافعات مفاده: «انها تتابع مشروعها الخاص ببناء فيلا في منطقتها وكانت اخبار محلية قد ذكرت ان هذه المذيعة تملكت شقة سكنية في من منطقة من اشهر مناطق بيروت السكنية». انظر: «الفضائية»، السنة السابعة، العدد 98، 1999.

(40) تخضع حقول الانتاج الثقافية حالياً لضغط الحقل الصحفي البنيوي وليس لهذا الصحفي أو ذاك، ولا لهذا المدير أو ذاك، فهم أنفسهم تجاوزتهم قوى هذا الحقل الخاضع بدوره لهيمنة المنطق التجاري الذي غدا يفرض أكثر فأكثر ضغطاً على الحقول الأخرى من خلال ضغط الـ Audimat. إنه الضغط الاقتصادي على التلفزيون وضغط التلفزيون على الصحافة. أنظر:
Bourdieu, "Sur la television", op.cit., p65.

(41) «هناك 30 محطة تلفزيون فضائية عربية لديها نحو 3500 ساعة بث سنوياً، لا تنتج مقابلها أكثر من 3500 ساعة بث. أن ضعف الانتاج المحلي والطلب الكثير على شراء الانتاج الخارجي رفع سعر هذا الانتاج بمعدل 10 أضعاف سنوياً لدرجة لم يعد هناك امكان للاستمرار، فالسوق الاعلانية محدودة». بيار الضاهر في مقابلة لوكالة رويترز، الحياة، 18-5-1999 ص 24. أنظر أيضاً جنى نصر الله، «البرمجة والمنافسة في تلفزيوناتنا المحلية كأنها مضاربة أصحاب دكاكين»، النهار 4 أيار 1999.

الاتصال الجماهيري برمته، وتطال عن قرب المتصلين، ولها نتائج مهمة على صعيد المحتوى والجمهور.

- يخضع الإعلاميون والإعلاميات لضغوط شخصية ومهنية واجتماعية، انما بشكل مختلف من محطة إلى محطة وحتى داخل المحطة الواحدة.

- ان لدرجة قرب المحطات من المأسسة، او بُعدها عن ذلك، انعكاساً على وضعية العاملين فيها وخصوصاً المرأة.

- ان لقرب المحطة من الانتاج[42]، او لابتعادها عنه، انعكاساً على طريقة التعامل مع المرأة كإعلامية.

- التحرش وحركات التودد غير المناسبة وغير المقبولة والابتزاز الجنسي تطال صاحبات عقود العمل غير المستقرة، واللواتي لا يملكن المهارات الكافية، واللواتي من الصعب عليهن الشكوى او طلب المساعدة خوفاً من تهديدهن في وظيفتهن. ويؤدي التحرش الجنسي إلى التحيز في تقسيم الوظائف داخل المؤسسة.

- عدم انخراط المرأة الفعلي بالعمل السياسي يشكّل احد اهم اسباب عدم وصولها إلى مراكز القرار في محطات التلفزة.

- غالباً ما يستنبط الإعلاميون معايير النسق الذي يعملون فيه.

- في الوقت الذي راحت فيه المهنة الإعلامية تخسر من رونقها ومصداقيتها وألقها اتجهت نحو التأنيث.

- المرأة تداوم وتعمل اكثر من الرجل لانه من الصعب عليها ان تقول لا، فهي تتجنب الاتهام بانها لا تعمل مثل الرجل وبانها لا يمكنها ان تكون صحافية فعلية.

- ان عدداً كبيراً من الإعلاميات يعيش حالة بطالة مقنعة، كون البطالة لا تتمثل فقط في الانقطاع عن العمل، بل أيضاً في وسائل الضغط على ظروف العمل.

---

(42) انها فعالية المنافسة والادارة الجيدة للمؤسسة بفضل استخدام أفضل للموارد البشرية. أنظر
"Femmes et medias" sous la direction d'Evelyne Serdjenian, ed. L'Harmatan, Paris 1997
- Acte du 15éme congrès de l'union professionelle féminine, Toulon 1995, p 42.

– II –

تركيب العينة - أدوات البحث - طرق المعالجة الاحصائية وأطرها

انطلاقاً مما تقدم، وبالنظر إلى ان هناك مزيداً من الفرص المتاحة للنساء للعمل في الإعلام المرئي مع تزايد محطات التلفزة العربية، ينبري السؤال الجوهري الذي تدور حوله هذه الدراسة: ما مدى تناسب هذه الفرص مع القدرات التي اصبحت تتمتع بها المرأة؟ بمعنى آخر، كيف تُرجم هذا التزايد الكمي على الصعيد الكيفي، هل حمل معه مزيداً من تكافؤ الفرص بين الجنسين، ام انه ما زال محاطاً بالعديد من اشكال التمايز؟

من هنا تنبع ضرورة العمل الميداني وولوج مؤسسات الإعلام المرئي في لبنان لدراسة موقع كل من المرأة والرجل فيها ضمن السياق الذي تكلمنا عنه بالتفصيل. وتجدر الاشارة في البداية إلى ان الصعوبات التي اعترضت عملية دخولنا إلى المؤسسات، والتي قد تعترض اي باحث، قد تحيلنا إلى العديد من التساؤلات حول الاسباب الكامنة وراء عراقيل كهذه، او بالاحرى وراء حيطة المؤسسات وحذرها من الباحثين المتقصين الوقائع على الارض، خصوصاً في موضوع العاملين والعاملات. الأمر الذي قد يعود احياناً، في جزء كبير منه، إلى عدم تطبيق القوانين كما يجب، أو إلى الشروط التي حددها دفتر الشروط، والتي وصفها البعض بالتعجيزية[43]، أو إلى التحايل والالتفاف عليها، او إلى اعتماد

(43) يحدد دفتر الشروط رسم الترخيص بـ250 مليون ليرة للمؤسسات التلفزيونية، ويفرض 100 مليون بدل ايجار استعمال القنوات، ويشترط أن يخضع كل ما هو مسجل لرقابة الأمن العام الذي يتقاضى 50 ألف ليرة عن كل مادة مسجلة، ولعل هذا ما يبرر تعزيز المؤسسات الإعلامية لفترات البث =

معايير في التعامل مع العاملين، قد يكون فيها الكثير من الاعتباطية والشخصانية.

ولعل شدة حذر المسؤولين عن المؤسسات او عدمه ازاء الباحث يحمل بحد ذاته مؤشرات على التمايز اكثر بكثير من اسئلة الاستمارة، ومن المقابلات مع العاملين انفسهم، وهذا ما سنراه لاحقاً. كما أنه يحمل مؤشرات على درجة المأسسة المتوفرة لدى هذه المؤسسات؛ فكما هو معلوم، فإنه كلما كانت درجة المأسسة ضعيفة في المؤسسة كانت اكثر اقفالاً على ذاتها وأكثر خشية من استفسارات الآخرين. فمهما تكن الصعوبات التي يمكن تبينها في سياق الكلام عن تركيب العينة وتعبئة الاستمارة، الا أنه من المفيد الكلام عن الخطوات المتبعة التي اتخذت المنحى التالي:

اعداد الاستمارة:

استغرق اعداد الاستمارة وقتاً طويلاً، نظراً للجهود التي بذلت لوضع 93 سؤالاً (انظر الملحق ص 297). حاولنا بالتحايل وبالطرق غير المباشرة وبالمداورة والاسئلة التفصيلية حمّالة الاوجه ان نصل إلى معرفة الآراء والاحاسيس والممارسات والتوجهات والتوقعات لدى هؤلاء الإعلاميين من الجنسين حول:

- التوظيف ومعاييره، عقد العمل، الراتب، الترقي، الموقع في التراتبية.

- ممارسة المهنة، نوعية الاعمال، المشاركة في صنع القرار، التطوير المهني.

- الشعور بالاستقرار، الشعور بالتمايز، الشعور بمدى تلاؤم الفرص المتاحة مع القدرات.

- العلاقة مع المسؤولين، مع الزملاء، مع العائلة، مع المجتمع، مع المصدر، مع التقنيات الجديدة، مع الذات.

- الموقف من الانتماء البيولوجي.

- الموقف من المرأة كإعلامية وكموضوع إعلامي.

= المباشر التي لا تخضع لا للرقابة ولا للرسوم. وتطول قائمة الشروط التي يصفها المعنيون بالتعجيزية اذ إنها تفرض 6 ساعات بث عرض أول. أنظر النهار، حزيران 2000.

استطلاع اولي:

حاولنا القيام باستطلاع اولي (PRE ENQUETE) بهدف معرفة عدد العاملين الاجمالي ونسبة النساء فيه، ومواقعهن في الاقسام، وفي تراتبية المؤسسات الإعلامية، تبعاً للتقسيم الهيكلي المتبع في كل من هذه المؤسسات موضوع الدراسة، مع الاشارة إلى ابرز الإعلاميات في كل قسم او مديرية، واللواتي توقعنا تناولهن كمواضيع لدراسة الحالات مع إعلاميين رجال. وفي هذا السياق نشير إلى ان تجاوب القيمين على هذه المحطات كان مقبولاً في هذه المرحلة، إذ امدونا بالارقام وهم فخورين بأعداد الإناث لديهم[44] وإن كانت المسألة لم تخل من التلاعب احياناً[45].

تركيب العينة

في ضوء الاستطلاع الاولي المشار اليه اعلاه، حاولنا تركيب العينة. فقد تبين لنا ان عدد العاملين الاجمالي في محطات التلفزة الست المرخص لها آنذاك[46] يقارب 1900 عامل وعاملة، وأن عدد الإناث 500 اي ما نسبته 28,4% من العدد الاجمالي.

قررنا في البداية تشكيل العينة من حوالي 400 مفردة توزع مناصفة بين النساء والرجال، تبعاً للتقسيم الحصصي لعدد النساء في المحطات ومن ثم في الاقسام.

ثم دبّجنا رسائل ودية توضح للمسؤولين الهدف من الاستمارة، وارسلناها مرفقة بنسخة عن الاستمارة من اجل الحصول على اذن بدخول المؤسسات من بابها العريض، على ان تستكمل دراسة الحالات النواقص. وهنا بدأت العراقيل من قبل

(44) بلغت نسبة الإناث العاملات في محطات التلفزة في لبنان حوالي 28,4%

(45) صرح لي أحد المسؤولين عن احدى المحطات بأنه مضطر إلى التلاعب بالأرقام المصرح عنها لتتناسب مع شروط تنظيم الإعلام، اذ اشترط أحد البنود توفر الشهادة الجامعية، فلديه رقمان بعدد العاملين، رقم رسمي يقدم لسجلات الدولة ورقم فعلي، وربما تكون المسألة أبعد من توفر الشهادة وهي تكاليف الضمان.

(46) كانت المحطات المرخص لها آنذاك بالاضافة إلى تلفزيون لبنان: -LBC-MTV-Future-NBN- المنار.

المسؤولين[47] ومن قبل الإعلاميين انفسهم. اذ سرعان ما اكتشفنا ان هؤلاء، لأن وظيفتهم كشف خفايا الأحداث، هم اكثر الناس حرصاً على خفاياهم[48]، ويصبحون بارعين في التمويه والتعمية. فقد لمسنا هذا من خلال عدم تجاوب البعض منهم في تعبئة الاستمارة وإعادتها تحت ذرائع عديدة. لذا فالصعوبات التي صادفناها قد تحمل بداخلها مؤشرات التمايز اكثر من الاجابات عن الاسئلة، خصوصاً وكما نعلم، أنه كثيراً ما يلجأ المستفتون إلى اجوبة تصنف في خانة الهروب، أو الواجهة، أو الاجوبة الأمثل (كما يجب ان يكون وليس ما هو كائن)، وهذا ما سنراه لاحقاً من خلال اتساع دائرة اللاجواب والتي وصلت احياناً في بعض الاجوبة عن الاسئلة الحساسة إلى نسبة 70%، مما ادى بنا إلى إسقاط هذه الاسئلة.

وبعد مخاض عسير ومفاوضات وتدخلات من هنا وهناك، وتجييش الاصدقاء والمعارف من داخل المؤسسات وخارجها تمكنا من ادخال الاستمارة، ولكن مع تشويه كبير للعينة المنتقاة بالاصل، بحيث خفّضنا عدد المفردات من 400 إلى 300 مفردة، بعد اضطرارنا إلى إسقاط محطة ال: «ام تي في» من حساب العينة، بسبب الرفض القاطع للمسؤول لإدخال الاستمارة إلى المحطة[49]. وهكذا تمّ توزيع الـ 300 استمارة المتبقية على المحطات الخمس. وبعد ملاحقات مستمرة وبنفس طويل وصبر كاد ينفد تمكنا من الحصول على 145 استمارة معبأة فعلياً، وهنا تشوهت تركيبة العينة الحصصية تبعاً للاقسام وللمؤسسات، وتبدّدت مسألة اعتماد المناصفة بين النساء والرجال[50]. فرُحنا نعمل بما توفر لدينا بعدما استغرق ذلك

---

(47) ما عدا تلفزيون لبنان حيث لم تعترض تعبئة الإستمارة صعوبات كبيرة لكونه قطاع عام يسري القانون فيه على الجميع.

(48) «يبدو الإعلاميون متحفظين حيال الحديث عن المواضيع الحساسة لأسباب تدخل في خانتين: - عدم التورط في أمور لا تعرف نتائجها - مصالح مهنية تتعلق بالمستقبل الواعد والعلاقة بسياسة الوسيلة الإعلامية». أنظر: روزيت فاضل، طوني أبي نجم «معاناة الإعلام المرئي في شهادتين لجوزيف عيساوي وريكاردو كرم - ما لا يقال أكثر مما يقال»، نهار الشباب 20-1-1998.

(49) إذ أجابني خطياً وبالقلم الأحمر: «نأسف لعدم تلبية الطلب لدخول الإستمارة في خصوصيات المؤسسة وغسيلها الداخلي الذي لا ينشر على السطوح. وأرجو ألاّ يتم أي اتصال مباشر بالعاملين كي لا يتسبب بأخذ تدابير بحقهم».

(50) طالت العينة التي حصلنا عليها عملياً 81 من الإناث و64 من الذكور موزعة على تلفزيون لبنان - LBC - المستقبل - NBN - المنار.

وقتاً طويلاً وكدنا نمل ونوقف العمل، نظراً لان الفاصل الزمني بين انجاز العمل الميداني (عام 1998) ونشر نتائجه (2002) يمكن ان يقلل من اهلية النتائج ودلالاتها، لا سيما وان هذه السنوات الاربع حملت الكثير من المتغيرات على صعيد الترخيص لمحطات جديدة، وإقفال تلفزيون لبنان وإعادة فتحه، هذا عدا عن تغير المساهمين في بعض المحطات[51]، وانعكاس كل ذلك على صعيد العاملين والعاملات، سواء كان من حيث العدد او الاوضاع المهنية[52]. فقد شهدنا مؤخراً ظاهرة تنقل العديد من الإعلاميين بين المحطات، وكذلك ظاهرة الاستغناء المفاجئ عن خدمات بعض الإعلاميات اللواتي اشتهرن في تقديم برامج حوارية اكتسبت شهرة في العالم العربي. ونشير في هذا المجال إلى فصل جيزيل خوري من المؤسسة اللبنانية للارسال بعد 16 عاماً من العمل فيها لعصيانها وتجاوزها قرار الادارة في موضوع استضافة الرئيس حسني مبارك في برنامجها، وسفرها إلى القاهرة لتسجيل الحلقة في إطار برنامج «اليوم الثامن»، في حين ان ادارة التلفزيون ارادت ان يكون ظهور الرئيس المصري ضمن برنامج «كلام الناس». كذلك اوقف تلفزيون الشبكة الوطنية للارسال «ان بي ان» مقدمة برنامج «بتجرد» ماتيلدا فرج الله، وعلق برنامجها حتى اشعار آخر، اذ وجد القيمون على المحطة في ما تقدمه فرج الله محاولة للتنفيس، تخرج في كثير من الاحيان عن الخط السياسي المعتمد في نشرات اخبار التلفزيون المذكور وبرامجه السياسية الاخرى. وما حصل مع خوري وفرج الله اعاد إلى الذاكرة تجربة مماثلة مرت بها الإعلامية ماغي فرح قبل

---

(51) مثلاً نال التلفزيون الجديد ترخيصه في 23 حزيران سنة 1999 وعاود بثه في 4-10-2001.
في 22 شباط 2001 أصدر مجلس الوزراء البناني قراراً بإقفال تلفزيون لبنان وصرف جميع موظفيه ثم عاود البث في 25 أيار 2001. حصل تغير على صعيد المساهمين في NBN وLBC وFTV بناءً على قرار نشر بتاريخ 22-4-2000. أنظر الجدولين: 1 و2 الملحق ص 182.

(52) «ثلاثة من العاملين في محطة ل.بي.سي غادروها بشروط عمل مغرية وبحد وافر من الحرية: هيام أبو شديد، ايلي ناكوزي، وميراي مزرعاني. تردد أن المرتبات الشهرية في ال م.تي.في للثلاثة بحسب العقود الموقعة عشرة الاف دولار شهرياً غير التأمينات الأخرى. أنظر: : عناية جابر «خريف الأقنية اللبنانية. العين على الخليج والبرمجة هي ذاتها»، السفير، مرجع سبق ذكره.
إنتقال ماغي فرح من ال ل.بي.سي إلى ال م.تي.في بدعوى قضائية ثم إلى المستقبل بعقد لمدة ثلاث سنوات، حيث استمرت ثمانية أشهر ثم توقفت. وتنقل زياد نجيم، عيسى غريب، جوزيف عيساوي وغيرهم بين المحطات.

عامين عندما عطل تلفزيون المستقبل برنامجها اثر استضافتها مطران الروم الارثوذكس الياس عودة[53].

على الرغم من ذلك تابعنا هذا العمل، لأننا، كما اشرنا، لا نهدف منه إلى اجراء دراسة كمية، انما هدفنا الاضاءة على اشكال التمايز بين العاملين والعاملات. اي ان بحثنا هذا لا يتناول ظاهرة ظرفية عابرة، بل يتناول عملية ادماج هؤلاء في الاجهزة الإعلامية، من خلال الاضاءة على خصائصهم، احساسهم بذواتهم، انتماءاتهم، الضغوط المهنية، علاقات العمل.. بمعنى آخر، القوى والعلاقات التي يتأثر بها هؤلاء اثناء ممارستهم لمهامهم. وقد تساعدنا المؤشرات الدالة على اوضاع الإعلاميين والإعلاميات في تلك الفترة في الاضاءة على اوضاعهم في الفترة الحالية، و المتغيرات الطارئة أو التي قد تطرأ عليها[54].

ولعله من المفيد في هذا السياق الاشارة إلى بعض الصعوبات التي اعترضت مرحلة التنفيذ الميداني هذه. فباستثناء تلفزيون لبنان الذي لم تواجه مسألة تعبئة الاستمارة في داخله اية صعوبات تذكر، كونه قطاعاً عاماً، ولأن معايير التوظيف والترقي والمكافآت المالية بسلبياتها وايجابياتها تسري على الإناث كما الذكور، فإن الصعوبات تباينت من محطة إلى اخرى وارتدت اشكالاً عديدة منها:

- التلاعب بالارقام المصرح عنها لتتلاءم مع الشروط القانونية لتنظيم الإعلام، كمثل البند الذي يشترط توفر الشهادة الجامعية، وهذا ما صرح به احد المسؤولين عن احدى المحطات اثناء مقابلة معه، وغيرها الكثير من البنود التي بقيت غير مطبقة من قبل هذه المؤسسات.

---

(53) انظر بهذا الصدد: «الحياة»، 16-5-2002

(54) على سبيل المثال «كانت ال أل بي سي قد تعرضت لتجاذب ناتج عن صراع سياسي في ضوء المتغيرات التي شهدتها الساحة المسيحية أخيراً،-بيان المطارنة- في الوقت الذي انتقد فيه وزير الزراعة سليمان فرنجية، المشرف السياسي على المؤسسة -و الذي يملك 10% من أسهمها- البيان المذكور، علماً أن الضاهر والمقربين منه يملكون 40% من الأسهم. كان الضاهر قد عين جورج غانم مديراً للأخبار، عوضاً عن جان نغالي، خلافاً لرغبة فرنجية الذي كان قد عين أخيراً جوزف بو هارون مراقباً من طرفه على أخبار أل بي سي خلفاً للإعلامي جورج يمين». أنظر سناء جاك، الشرق الأوسط، 31-12-2001.

- الرفض القاطع لإدخال الاستمارة بأي شكل من الاشكال[55]، بحجة أنها تعد تدخلاً في خصوصية المؤسسة، الحريصة على «عدم نشر غسيلها على السطوح»، على حد تعبير أحد المسؤولين، اذ بدأ هذا الأخير يتهرب من الاجابة على اتصالاتنا. وبقي رافضاً رغم محاولاتنا العديدة للتوسط مع المعارف والاصدقاء. علماً ان هذا المسؤول نفسه كان قد لمح لي في اول لقاء معه بما معناه أن هناك فرقاً في الراتب بين المرأة والرجل لصالح هذا الأخير.

- تصنيف المسؤولين لاسئلة الاستمارة إلى نوعين: نوع مسموح الاجابة عنه، وآخر غير مسموح. مثلاً، في إحدى المحطات وضعت علامة × امام الاسئلة غير المسموح الإجابة عنها من قبل الإعلاميين، بحجة ان هذه الاخيرة خارجة عن جو المؤسسة (وكأن المؤسسة مدينة فاضلة لا مجال للخطأ فيها). وهذا ما رفع نسبة اللاجواب رداً على بعض الاسئلة.

- حرص بعض المسؤولين على ضرورة انطلاق الاستمارة من عندهم وعودتها اليهم. فقد صرح لي العديد من الإعلاميين بانهم لم يتمكنوا من الاجابة عن بعض الاسئلة بصراحة مداراة او بالاحرى تخوفاً من المسؤول عنهم، وهذا ما تسبب برفع نسبة اللاجواب رداً على الاسئلة التي دارت حول المسؤول المباشر والعلاقة معه.

فرز الاجوبة

بعد الانتهاء من تعبئة الاستمارة انتقلنا إلى مرحلة الفرز الآلي التي اوكلت إلى خبير احصائي، وحصلنا على جداول من نوعين: الاول عبارة عن جداول احصائية بسيطة او مفردة تقوم على متغير احصائي واحد، وبلغ عددها 162، والهدف منها تقديم صورة وصفية لاوضاع العاملين الاجتماعية، واستعراض ممارستهم المهنة ومواقعهم وارائهم وسلوكاتهم حيالها. اما الثاني فكان عبارة عن جداول احصائية مزدوجة ثنائية المتغيرات. وركزنا في دراستنا هذه على الثنائية المتعلقة بالجنس، ويمكن ان تستعمل ثنائية متغيرات أخرى في دراسات لاحقة بموضوع سوسيولوجيا الإعلاميين.

---

(55) كما حصل معنا مع محطة ال أم تي في.

وفي ما يتعلق بادوات التحقيق اعتمدنا بالدرجة الاولى على الاستمارة وعلى دراسة الحالات، وبالدرجة الثانية على بعض المقابلات والمشاهدات. اما بعض الخبريات التي وردتنا من هنا وهناك والتي كان مصدرها رجال في اغلب الاحيان، وعلى الرغم من أننا لم نعرها اي اهتمام، الا اننا لا ننفي انها دفعتنا على الاقل إلى التفكير بالدوافع الكامنة وراء اشاعة الرجال لهكذا نوع من الخبريات عن النساء، والتي قد تعود في جزء منها إلى شعورهم بالتمييز ضدهم وتفضيل بعض الإناث عليهم. من حيث الشكل، الجندر فئة اجتماعية يضلل تحتها النساء والرجال سواء بسواء، فالرجال هم ايضاً خاضعون لنظمه، وهذه تشتمل على وجوب سعي كل فرد إلى نموذج او نمط مرغوب فيه اجتماعياً، وهو لا يملك هامشاً كبيراً لتجاوزه (لعل المرأة في ايامنا هذه تملك هامشاً اكبر لذلك التجاوز). «على الرجل ان يخاطر بحياته، ان يهيمن، ان يكون صاحب نفوذ وسلطة»[56]. ولان الجندر يعمل متوسطاً متغيرات اخرى (هنا التقنيات، متطلبات الآلة، الجمهور، الموضة) لذا ما كان ينبغي ان يكون امتيازاً (الانتماء إلى جنس الرجال) قد يصبح مدعاة قهر[57].

وقبل الانتقال إلى عرض النتائج وتحليلها، لا بد من اعطاء بطاقة تعريف لكل محطة تلفزيون تناولها هذا التحقيق[58]. كما انه لا بد من وضع جداول تفصيلية بأعداد العاملين في هذه المحطات ونسبة الإناث منهم في كل قسم، كما امدتنا بها هذه المحطات نفسها[59].

---

(56) عزة بيضون، «الجندر. . .ماذا تقولين؟»، مرجع سبق ذكره.

(57) «زاهي وهبه فرح بأن التلفزيون لم يعد حكراً على مقاييس الغنج والدلال والأنوثة العارمة وابراز المفاتن، ورداً على سؤاله: هل أنتم مصيدة لمزيد من المشاهدات، قال: «جئنا جميعاً من الصحافة المكتوبة إلى التلفزيون، ونملك بالتالي مواصفات كثيرة غير الشكل الحسن».
زافين قيومجيان يجد «أن النجومية يتقاسمها الرجال والنساء بالتساوي»
يفصل ايلي ناكوزي بين المذيعات للفضائيات والمذيعين للأرضيات بالقول «المحطات الفضائية تفضل المذيعات وهي استهلكت ولا تزال وجوهاً نسائية كثيرة، أما نحن في المحطات الأرضية فالمعجبات يستهلكننا، و الادارة مبسوطة(يضحك) الرجال غير مستحبين فضائياً حيث المرأة تجذب الجمهور العربي أكثر، فيما نحن الرجال متروكون لارضاء نساء الوطن.» أنظر ريما صيرفي، «مذيعين يطلون عبر شاشة الحسناء»، الحسناء، كانون الثاني 1998.

(58) أنظر الجدول رقم (3) في الملحق ص 185.

(59) أنظر الجداول رقم 4-5-6-7-8-9-10-11 في الملحق ص 186-191.

- III -

أشكال التمايز بين الإعلاميين والإعلاميات من خلال الاستطلاع الاولي

التمايز على صعيد استملاك المحطات:

قبل استعراض اشكال التمايز بين الجنسين التي امكن استخلاصها من اجوبة الإعلاميين والإعلاميات عن اسئلة الاستمارة، ومن دراسة الحالات، رأينا من الضرورة اولاً الاشارة إلى التمايز على صعيد استملاك المحطات، ولا سيما انه غالباً ما تعود للمالكين الكلمة الفصل في رسم سياسة المحطة وتوجهاتها، و طريقة تعاملها مع العاملين لديها.

ففي البحث عن موقع المرأة من عملية الاستملاك، نستشم من خلال العدد القليل من النساء المساهمات في ملكية هذه المحطات رائحة استخدام النساء كأدوات للالتفاف على القانون من قبل المالكين الذكور. ذلك ان المادة 13 من قانون 382/ 94 نصت في فقرتها الثالثة على انه لا يحق للشخص الواحد (طبيعي او معنوي) ان يمتلك مباشرة او بطريقة غير مباشرة اكثر من 10% من مجموع اسهم الشركة المالكة للمؤسسة، ويعتبر الزوج والزوجة وأصولهما وفروعهما القاصرون بمثابة الشخص الواحد. وكمثال على ما تقدم[60] نجد أن من بين 33 مساهماً في ملكية المؤسسة اللبنانية للارسال (ال بي سي) اسماء اربع مساهمات هن: رندا

(61) أنظر الجداول رقم 12-13-14-15 في الملحق ص 191-193 بأسماء المساهمين في التلفزيونات المرخص لها، كما ورد في ملحق حقوق الناس الصادر عن النهار في 3 أيلول 1997.

سعد زوجة رئيس مجلس الادارة بيار الضاهر، وشقيقتها رلى سعد، وسيدتان من آل سعد ايمان وريما، لا نعرف درجة قرابتهما بالسيدة رندا.

ومن ضمن 19 مساهماً في ملكية تلفزيون المستقبل، نجد سيدتين هما: السيدة نازك عودة زوجة الرئيس الحريري، وشقيقته النائبة بهية الحريري.

ومن بين 34 مساهماً في ملكية تلفزيون المر (ام تي في) هناك ثلاث نساء هن: تغريد حريري وكارول المر وكارلا المر، لا نعلم درجة قرابة هاتين الاخيرتين بالسيد غبريال المر رئيس مجلس الادارة.

اما لائحة المساهمين في الشبكة الوطنية للارسال (ان بي ان)، فإنها تضمنت سيدتين هما: امينة بري شقيقة الرئيس بري 6,14% من الاسهم، وسميرة عاصي شقيقة السيدة رندة عقيلة الرئيس بري 7,14% من الاسهم[62].

التمايز تبعاً لعدد الإعلاميين الاجمالي ولتوزعهم على الاقسام

تحمل النسبة الاجمالية لأعداد الإعلاميات المتراوحة بين 28,4% تفاوتاً في النسب بين محطة وأخرى. ففي محطة ام تي في تبلغ هذه النسبة 40,44% (227 رجلاً مقابل 112 امرأة). وتتضمن هذه النسبة العالية 6 نساء رؤوساء اقسام فقط، و3 نساء معدات برامج. وتنعدم على سبيل المثال نسبة النساء في اقسام الادارة، والكاميرمان والصوت والاضاءة، في حين تبلغ 100% في اقسام الترجمة والارشيف والانتاج.

تبلغ نسبة النساء في تلفزيون المستقبل 27,37% من عدد العاملين الاجمالي. وتتجمع النساء بنسب عالية في مجالات التسويق والترويج 80% لتصل إلى 1,75%في مجال التقنيات.

اما في تلفزيون المنار فتتراوح نسبة النساء بين 30 و35% من العدد الاجمالي، وتتمركز النساء في قسمي الاعلانات والتسويق 30% ثم مديرية البرمجة 26% فالمديرية الادارية والمالية 25% ومديرية الاخبار والبرامج السياسية 17% لتنعدم كلياً في الاقسام التقنية.

---

(62) أنظر الجدول رقم 2 في الملحق ص 182.

تصل نسبة النساء في ال بي سي إلى 24,77% فقط، وهي تتجمع في نسب كبيرة في الاقسام التالية: الترويج 77% ثم البرمجة 70% فالتوثيق 64%، وتضعف في الانتاج 14% لتصل في الاقسام التقنية إلى 1,3%.

بلغت نسبة النساء في ال ان بي ان حوالي 38%، ونظراً لان المحطة آنذاك كانت في بداية تكوينها، فإننا لم نتمكن من معرفة نسب النساء في الاقسام بشكل رسمي، ولكن تمكنا من خلال مقابلة مع سكرتيرة تحرير الاخبار آنذاك السيدة فاطمة بيضون ان نجمع بعض المعلومات عن تواجد النساء في الاقسام، فتبين لنا ان اقسام الادارة والمحاسبة والتقنيات والكومبيوتر والتصويرتكاد تنعدم فيها نسبة النساء، بينما تتجمع النساء بنسب كبيرة في دوائر الانتاج والارشيف والترويج، في حين أن نسبتهن تقلّ في اقسام المونتاج والاخراج، والارسال. اما في دوائر الاخبار والبرامج فان دورهن تنفيذي.

اما تلفزيون لبنان، على الرغم من تاريخه الطويل، فإن نسبة النساء فيه بلغت 20%. وبالنظر إلى ان هيكلية هذه المحطة قسمت تبعاً للتقسيمات المتبعة لدى الادارات في القطاع العام في لبنان اي إلى فئات، فان هناك 4 نساء فقط من مجموع موظفي الفئة الاولى و12 من الفئة الثانية و22 من الفئة الثالثة و46 من الفئة الرابعة و8 من الفئة الخامسة و6 من الفئة السادسة و2 من السابعة. والملاحظ ان اعداد النساء تقل في اوساط الفئات العليا والدنيا، بينما تتكاثر في الفئات الوسط.

والملاحظ ايضاً بالاجمال ان النساء يتواجدن بكثرة في مجالات الارشيف والسكرتاريا والعلاقات العامة والترويج والتقديم.

- IV -

أشكال التمايز في ضوء الاجابات عن اسئلة الاستمارة

رغم النواقص المشار اليها اعلاه والتي اعترت عملية تركيب العينة، الا ان نتيجة تحليل الاجوبة حملت الينا العديد من المؤشرات التي يمكنها ان تطمئننا إلى ان الفارق الزمني بين تعبئة الاستمارة ونشر الدراسة لن يؤدي إلى إسقاطها كلياً، لا سيما أننا لاحظنا ونحن في طور تحليل الاجوبة ان هناك بعض التشابه بين اوضاع النساء الإعلاميات واوضاع النساء في سوق العمل في لبنان، وبين الإعلاميات اللبنانيات والإعلاميات في البلدان الغربية. وهذا ما ستبينه لاحقاً.

1 ـ التمايز على صعيد الاوضاع الاجتماعية:

1.1 ـ الإعلاميات أصغر عمراً / أكثر عزوبية/ أقل إنجاباً/ أكثر تعليماً

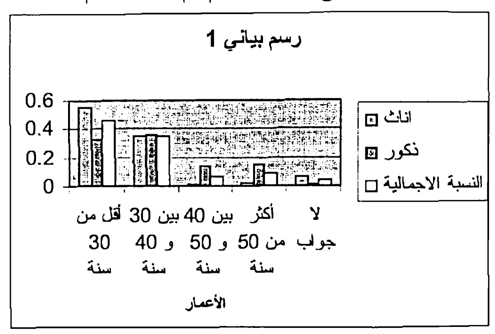
نقرأ في اجوبة الاستمارة حول العمر والزواج والتعليم والطائفة وعدد الاولاد بعضاً من الشروط المعتمدة في هذه المحطات لدى تشغيل النساء. إنهن يبدون اصغر عمراً من الرجال[63]: في الشريحة العمرية ما دون الثلاثين سنة، تبلغ نسبة الإناث 55,65% مقابل 32,81% للذكور. في الشريحة بين30 و40 سنة يتساوى تقريباً عدد الإناث بالذكور، ويعود التفاوت ليتسع بين الاثنين لدى شرائح العمر

---

(63) «لا يحب التلفزيون النساء، فبالنسبة لرؤساء المحطات، هناك النساء المناسبات وغير المناسبات، والمناسبات بنظرهم هن دون 30 سنة، الجميلات ممن يجدن اظهار المفاتن». أنظر: Marie Claire, 1999, op.cit.

العمر كما في البلدان كافة عائق بالنسبة للمرأة، بينما هو عامل نجاح بالنسبة إلى الرجل. انظر: Lazar, op. cit., p. 115.

العليا بين 40 و50 سنة لصالح الذكور (انظرالرسم رقم 1 والجدول رقم 16).



الإعلاميات أكثر عزوبية[64] وعرضة للطلاق من الإعلاميين: نسبة المتزوجات من الإعلاميات الإناث 29,6% مقابل 64,6% للإعلاميين الذكور[65]. كذلك المطلقات هناك نسبة 4,94% مطلقات بينما تنعدم هذه النسبة لدى الذكور. (انظر الرسم 2 - الجدول رقم 17).

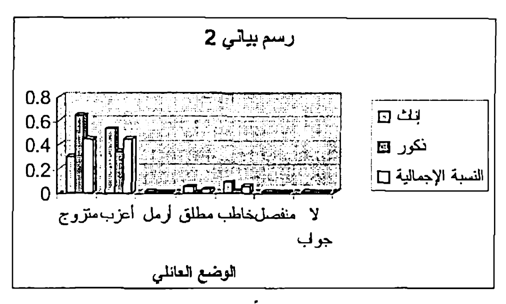
---

(64) «الصحفيات الفرنسيات في غالبيتهن القصوى هن عازبات وبدون أولاد، 37% منهن متزوجات، في حين أن المعدل العام على مستوى فرنسا هو 46%». أنظر:

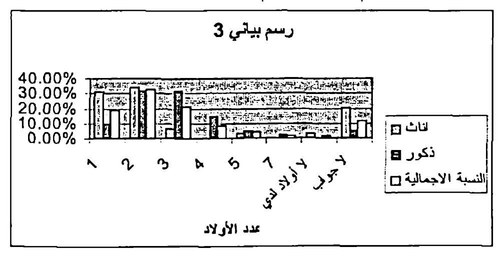
Florence Beauge, "Le deuxième sexe du journalisme" in Manière de voir, Le monde diplomatique, Mars-Avril 1999, p. 44.

قال لي مدير تحرير الجريدة حيث أعمل بعد زواجي مباشرة وهو يهز رأسه أسى: «خسرنا صحافية ناجحة، المرأة بعد الزواج لا تصلح للعمل... ولن تكوني أفضل ممن سبقن أو يأتين». شهادة ليلى الأطرش في مؤتمر: قاسم أمين، مائة عام على تحرير المرأة، القاهرة، 23-27 أكتوبر 1999

(65) في أواخر 1995 كان معدل النشاط الاقتصادي عند العازبات نحو 21% وعند المخطوبات نحو 27% والمطلقات 40% في حين أنه لم يتجاوز 10,6% عند المتزوجات. أما هذه المعدلات عند الذكور فهي نحو 44% عند العازبين، 96% عند المخطوبين، 81% المطلقين، 85% المتزوجين. أنظر نجيب عيسى، التمايز النوعي بين الجنسين في لبنان، مرجع سبق ذكره ص 58



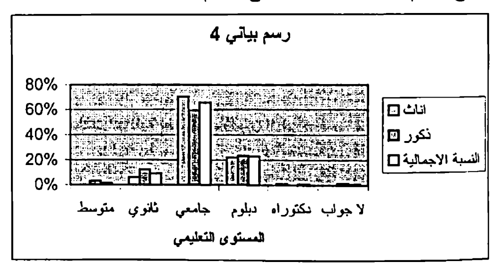
الإعلاميات المتزوجات اقل انجاباً من الإعلاميين، نسبة اللواتي انجبن 3 اولاد كانت 6,9%، في حين ان نسبة الذكور الذين انجبوا 3 اولاد كانت 31,71%. (انظر الرسم 3- الجدول رقم 18).



وقد نجد تفسيراً لانخفاض الانجاب لدى الإعلاميات مقارنة بالإعلاميين من خلال الاجابة عن سؤال: من يتولى او كان يتولى حضانة الاولاد اثناء العمل: الزوج / الزوجة؟ ان نسبة الإناث اللواتي أجبن بان الزوج يتولى حضانتهم كانت 13,79% بينما نسبة الذكور الذين اجابوا بان الزوجة هي من تتولى ذلك كانت 43,9% (انظر الجدول رقم 19). ونجد ايضاً تفسيراً لذلك لدى سؤالنا عن مهنة

الزوج/ الزوجة. اذ ان الرجال اجابوا بالدرجة الاولى بأنها ربة منزل (الجدولان 20 و21).

على صعيد المستوى التعليمي، كانت الإعلاميات ذوات مستويات تعليمية اعلى من الرجال[67]. نسبة الجامعيات 70,73% مقابل 59,38% للذكور. في ما يتعلق بالاختصاصات الجامعية، كانت تخصصات الإناث على التوالي: الصحافة ثم الراديو والتلفزيون فالآداب والحقوق والعلوم السياسية... الخ، بينما كانت تخصصات الذكور على التوالي: الصحافة، ادارة الاعمال، الهندسة، الاخراج، التاريخ، علوم سياسية، كومبيوتر... الخ (الرسم 4 - الجدولان 22 و23)



في ما يخص التوزيع الطائفي كادت تتساوى اعداد الإعلاميات المسيحيات بالإعلاميات المسلمات 39,50% مقابل 40,75%، اما الإعلاميون المنتمون إلى الطائفة المسيحية فكانت نسبتهم 37,5%، والمسلمون 40,62%. وهذا التوزيع المتساوي تقريباً بين الطوائف اتى متلائماً مع التقاسم الطائفي السياسي لمحطات التلفزة الذي نص عليه قانون تنظيم الإعلام المرئي والمسموع. على صعيد المذاهب، يُلاحَظ انخفاض اعداد الإعلاميين الدروز في هذه المحطات 1,65%

---

(67) في دراسة عن الصحفيات الفرنسيات تبين أنهن صغريات 48% منهن أعمارهن دون 25 سنة، وأكثر حيازة على الشهادات من الرجال.

Voir à ce propos, Femmes et Medias, p48.

من الذكور مقابل صفر% للإناث، وكذلك انخفاض اعداد الإعلاميين الكاثوليك 2,47%من الإناث وصفر% من الذكور. وقد يعود ذلك إلى ان المالكين الفعليين للمحطات المرخص لها لا ينتمون إلى هذين المذهبين. ويُلاحَظ ايضاً ارتفاع نسبة الإعلاميات المارونيات 23,46% مقابل 14,06% من الذكور. وتتساوى تقريباً نسبة الإناث والذكور الشيعة 20,99%و 20,31%. بينما تفوق نسبة الإعلاميين الارثوذكس على الإعلاميات *10,94*% و6,17%. (الجدول 24).

وفي محاولة معرفة مكان ولادة الإعلاميين بشكل عام نجد ان جبل لبنان حلّ في المرتبة الاولى27,59% ثم بيروت 16,21% فالنبطية 12,41% فلبنان الجنوبي *11,72*%، فالبقاع 5,52%،خارج لبنان 3,45%، الشمال 2,76%. ويُلاحَظ أن عدد الإناث اللواتي ولدن في بيروت ومن ثم في الجنوب زاد على عدد الذكور. (الجدول 25).

2 ـ الامتدادات العائلية لخيار الإعلاميين المهني

1.2 ـ خيارات الإناث اكثر تأثراً بالعائلة من الذكور

وفي ما اذا كان هناك تأثير متبادل بين خيار الإعلاميين المهني وحياتهم العائلية، نجد من خلال رد على سؤال: هل عمل او يعمل احد افراد العائلة في الحقل الإعلامي؟ حوالي 20,69% لديهم افراد من عائلاتهم يعملون في هذا الحقل، والملاحظ تأثر خيارات الإناث المهنية بالعائلة أكثر من الذكور 25,93% للإناث مقابل 14,06% للذكور (الجدول 26).

ومن بين الإعلاميين المتزوجين، نجد أن زوجات 24,40% من الذكور يعملن في الحقل الإعلامي، في حين 17,24% من الإعلاميات صرحن بان رجالهن يعملون في هذا الحقل.

2.2 ـ الإناث اكثر تفضيلاً من الذكور للزواج من إعلامي

وفي ما إذا كانوا يفضلون الزواج من إعلامي/إعلامية، فإن نسبة الذين أجابوا بالإيجاب بلغت فقط 8,97% توزعت على 11,11% للإناث مقابل 6,25% للذكور (جدول 27). والملاحظ ان الإناث كن أكثر تفضيلاً من الذكور للزواج من

إعلامي. وفي محاولة معرفة الاسباب الكامنة وراء ذلك، نجد شيئاً من المثالية في نظرة الإناث سواء كان للزواج ام للعمل، فعلى سبيل المثال اجبن: من اجل التفاهم على جميع الاصعدة، لان الإعلامي يستطيع ان يفهم حماسي وجنوني للعمل، في حين ان اجابات الذكور كانت: من اجل التفاهم فقط. اما الذين اجابوا بالنفي فكانت نسبتهم 22,76%، مع تقدم الذكور على الإناث في عدم تفضيل الزواج من إعلامية 25% مقابل 20,99% من الإناث. ومبررات عدم تفضيل الزواج من إعلامية لدى الذكور كانت: العمل الإعلامي غير مناسب لربة المنزل، نظراً لشدة صعوبة المهنة واستغراقها وقتاً طويلاً ومتغيراً، بالاضافة إلى انهم رأوا ان عمل الزوجين في المجال نفسه يجلب المشاكل. في حين ان الإعلاميات نسبن عدم تفضيلهن الزواج من إعلامي إلى انه من النادر الالتقاء برجل شرقي يفهم طبيعة عمل الإعلامية ولو كان إعلامياً.

وفي ما يتعلق بموقف الاهل من هذا الخيار المهني، حاز الموقف الايجابي النسبة الكبرى 52,41% توزعت تقريباً مناصفة بين الذكور والإناث. وسبب ذلك لدى الذكور كان: ارتياح الاهل للمؤسسة التي يعمل اولادهم بها، واعتبار هذه المهنة ضمانة لمستقبل ابنائهم، اضافة لاعتبارها فرصة للعمل. ولدى الإناث كانت الاسباب التالية: كون الاهل يعملون في المهنة نفسها، نظراً لانها رغبة الآباء، كونها فرصة جديدة من نوعها للعمل، عدا عن انها تحظى باهتمام الناس. يليه الموقف المحايد بنسبة 41,38% الذي امكن تفسيره على الشكل التالي: انها رغبة ذاتية، المهم العمل، العائلة ديمقراطية. أما نسبة من كان موقف اهلهم سلبياً كانت فقط 3,45%، تقدمت الإناث على الذكور 4,94% مقابل 1,56% للذكور (جدول 28) وكمنت السلبية في المبررات التالية: انها لا تطعم خبزاً، وقتها طويل وغير منتظم، ليست بمكانة المهن الحرة. ولدى طرح السؤال بطريقة معاكسة: هل تنصح الاهل والاقارب بالعمل بهذه المهنة؟ نجد ان الإناث كن اكثر حماساً لعمل ذلك 56,79% اكثر من الذكور 51,56% (جدول 29). واللافت انه لدى سؤالنا عن المجال الذي يفضله الإعلاميون لعمل أبنائهم، كانت نسبة من ذكروا الإعلام كمجال مفضل ضئيلة بين 4و 5% (الجدولان 31 و31).

3.2 ـ اثر المهنة كان ايجابياً على الحياة العائلية للذكور اكثر من الإناث

كان الاثر المباشر لهذا الخيار المهني على الحياة العائلية ايجابياً لدى الذكور أكثر منه لدى الإناث، اذ اعتبر الذكور انه سهّل زواجهم، لكنه كان سبباً للمباعدة بينهم وبين اولادهم، في حين رأت الإناث انه كان سبباً في تأخير زواجهن او في الحؤول دونه، وقلل من امكانية انجابهن للاولاد. (جدول 32)

3 ـ العوامل الكامنة وراء الخيار المهني والحصول على العمل

في البحث عن الدوافع الكامنة وراء اختيارهم للمهنة، تقدمت الإناث على الذكور في ذكر الدوافع التالية وبالاولوية: الاستزادة من الثقافة، كسب المزيد من العلاقات الاجتماعية، المساعدة على التحرر، القربى من اصحاب القرار، حب الشهرة، تشجيع الاهل، عدم وجود بدائل في سوق العمل. اما الذكور فقد تقدموا على الإناث في ذكر الدوافع التالية: بحكم الهواية، مهنة ذات مردود مادي ومعنوي. وتساوى الجنسان لدى ذكر الدوافع التالية: بحكم الاختصاص، مكسب مادي، عمل مربح، مهنة دارجة (جدول 33).

1.3 ـ الذكور اكثر ميلاً من النساء للاعتراف بأثر الحرب على خيارهم المهني

من ضمن الفئة التي وجدت انه كان للحرب الاهلية التي عصفت بلبنان اثر على خيارهم المهني والتي بلغت نسبتها 15,17% تقدم الذكور على الإناث في الاعتراف بأثر الحرب على ذلك 28,13% مقابل 4,94% للإناث (جدول 34). وترجم الذكور آثار الحرب على الشكل التالي: الحرب جعلتهم يتابعون الاحداث السياسية، خلقت لديهم اهتماماً بالشأن العام وحساً بالانتماء لقضية ما، اضافة إلى مبررات ذاتية كمثل وجود مكان العمل قرب المنزل،و الاقتناع بان الإعلام هو الوسيلة الوحيدة القادرة على نقل الواقع على حقيقته.

لدى البحث عن العوامل المساعدة لحصول الإعلاميين على عملهم، كما يرونها هم، صرح الذكور ان حصولهم على العمل كان بالاولوية بناء على الامور التالية: حاجة المؤسسة إليهم، توفر الخبرات لديهم، انتماءاتهم الحزبية، في حين ان الإناث ذكرن بالاولوية الامور التالية: توفر شهادات الاختصاص، عامل

الصدفة، عن طريق الاقرباء والمعارف، جمال الشكل والصوت، معرفة اللغات الاجنبية، وراثة المهنة عن احد افراد العائلة (جدول 35).

2.3 ـ الذكور اكثر ميلاً من الإناث للاعتراف بالعامل الطائفي كمؤثر على التوظيف

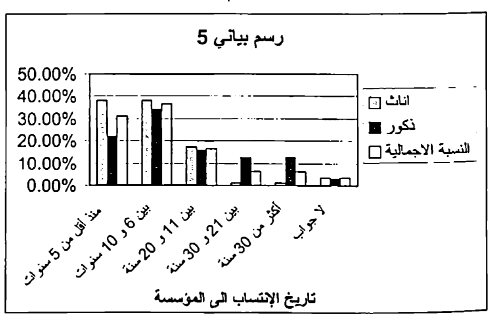
كان الذكور اكثر ميلاً من الإناث للاعتراف بان العامل الطائفي من ضمن العوامل المساعدة لحصولهم على الوظيفة (جدول 36).

4 ـ مواصفات العمل:

1.4 ـ تاريخ العمل

الذكور أقدم من الإناث في العمل الإعلامي

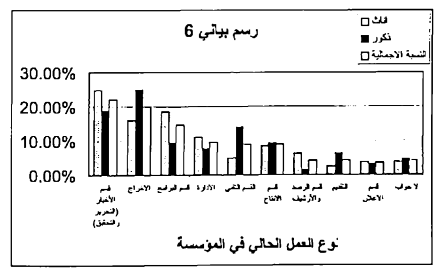
تبين لنا، من خلال سؤالهم عن تاريخ بدئهم العمل في هذه المؤسسات، ان النساءاحدث عهداً من الذكور في ذلك. فمن بين الإعلاميين الذين مضى على انتسابهم اقل من 5 سنوات نجد ان نسبة الإناث تتقدم على الذكور 38,27% مقابل 21,88%. والملاحظ ان نسبة الإناث تنخفض مع تزايد سنوات الانتساب للعمل، مثلاً من ضمن الإعلاميين الذين مضى على انتسابهم بين 20 و30 سنة كانت نسبة الإناث 1,23% مقابل 12,50% للذكور (رسم 5 - جدول 37).



2.4 ـ التوزع على الاقسام والوظائف

التمايز في توزع الإعلاميين على الاقسام

حوى قسم الاخبار والتحقيقات أعلى نسبة من اعداد الإعلاميين ما يقارب 22,07%، وتوزعت هذه النسبة 24,69% من الإناث مقابل 18,75% من الذكور. يليه قسم الاخراج بنسبة 20% يتوزع على 16,05% من الإناث مقابل 25% من الذكور. ثم قسم البرامج بنسبة 14,48% يتوزع على 18,52% من الإناث مقابل 9,38% من الذكور. ثم الادارة بنسبة 9,66% تتوزع على 11,11% للإناث مقابل 7,81% للذكور (بسبب تزايد أعداد السكرتيرات). فالقسم التقني بنسبة 8,97% يتوزع على 4,94% للإناث مقابل 14,06% للذكور.... الخ. بالاجمال، كانت النساء اكثر تواجداً من الذكور في الاقسام التالية: الأخبار، التحرير، التحقيق، البرامج، الرصد والارشيف والادارة، بينما تواجد الذكور أكثر من الإناث في الأقسام التالية: الانتاج، التقنية، التقديم، في حين أنهما يتساويان في قسم الإعلان (رسم6 – جدول 38).



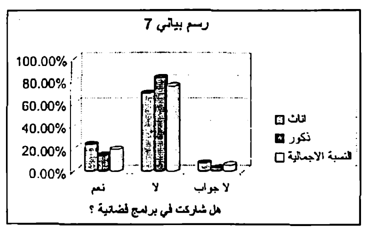
الذكور اكثر قياماً من الإناث بأعمال اضافية

كان 32,81% من الذكور من ضمن الذين يقومون باعمال اضافية مقابل 23,46% من الإناث. وتختلف انواع الاعمال الاضافية تبعاً للاولوية بين الإناث

والذكور. إذ اتجهت الإناث نحو الاعمال التالية: تقديم البرامج، المساعدة في التحرير، اذاعة الاخبار، المساعدة في الاخراج، الطباعة، المونتاج، اعداد البرامج، المراسلة. بينما اتجه الذكور بالاولوية نحو الاعمال التالية: اعداد البرامج، تحرير الاخبار، مراسل، تسجيل صوت، مساعد اخراج ومونتاج، مراقبة برامج (جدول 39).

النساء اكثر مشاركة في البرامج الفضائية من الرجال

أعلن 19,31% من الإعلاميين المستفتين عن مشاركتهم في البرامج الفضائية العربية، وتقدمت الإناث على الذكور في هذا المجال بنسبة 23,46% مقابل 14,06% (رسم 7 -الجدولان 40 و41) اذ ازداد طلب المحطات الفضائية على الإعلاميات الشابات لاعتبارات ضمنية لها علاقة بتصور لديهم عن الجمهور وطرائق جذبه بالعلاقة مع المعلن. وكانت اولوية المشاركة النسائية في الفضائيات على الشكل التالي: المستقبل -ال بي سي -الجزيرة-ام بي سي-اوربت- ابوظبي- ا ر تي.



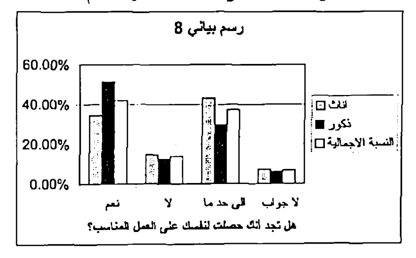
أما اولوية البرامج التي شاركت فيها النساء في هذه الفضائيات فتوزعت كما يلي: الاخبار - المنوعات- البرامج الاجتماعية -برامج الصباح. في حين ان مشاركة الذكور ذهبت بالاولوية نحو البرامج الوثائقية - السياسية - المنوعات.

والجدير ذكره ان حوالي النصف من هؤلاء الإعلاميين يجد أن هناك فرقاً في العمل بين المحطات الارضية والفضائية (جدول 42). ويتجلى الفرق لدى الذكور

في الامور التالية: الغنى المادي - الاجر المرتفع - المعدات الحديثة - نسبة المشاهدين الكبرى وبالتالي الشهرة اكبر ومجال الإعلاميين في ايصال نجاحاتهم إلى خارج الوطن من خلال الفضائيات اوسع. اما الإناث فقد جسدن الفرق وبالاولوية في: حرية التعامل - المعدات الحديثة - البرامج الهادفة - الاختلاف في التوجه السياسي- الاختلاف في حاجات الجمهور الاوسع.

وجد الذكور اكثر من الإناث ان عملهم كان مناسباً لهم

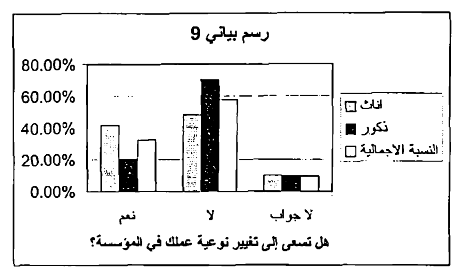
تقدم الذكور على الإناث في اعتبار عملهم مناسباً لهم بشكل كبير 51,56% مقابل 34,57% للإناث. بالمقابل تقدمت الإناث على الذكور في اعتبار عملهن مناسب إلى حد ما لهن 43,21% مقابل 29,69% للذكور (رسم 8 - جدول 43).



3.4 ـ الاستقرار في العمل

النساء اكثر سعياً من الرجال إلى الانتقال للعمل في مؤسسة اخرى او لتغيير نوعية العمل داخل المؤسسة نفسها

وفي ما اذا كان يسعى هؤلاء إلى الانتقال للعمل في مؤسسة اخرى، نجد ان نسبة 20,69% فضلت اللاجواب، واعلنت فقط نسبة 9,66% عن سعيها إلى الانتقال. والملاحظ ان الإناث تقدمن على الذكور في هذا المجال 12,35% مقابل 6,25% (رسم 9 - جدول 44)، وأن المؤسسة المرغوب الانتقال اليها لدى الإناث وبالاولوية كانت محطة «الجزيرة».



اما الذين يسعون إلى تغيير عملهم داخل المؤسسة فكانت نسبتهم 32,41% توزعوا على 41,98% من الإناث و20,31% من الذكور (جدول 45). وكان الهدف من ذلك لدى الإناث بالاولوية: من اجل خلق اوسع - تقديم برامج منوعة - اخراج واعداد برنامج خاص - إعداد برنامج سياسي - تحقيقات ميدانية - الوصول إلى موقع القرار - مقدمة اخبار.

أما هدف الذكور من وراء سعيهم إلى التغيير العملُ في المجالات التالية: ادارة البرامج والانتاج لتكون شركتهم سباقة في العمل - اخراج وإعداد برنامج خاص - العمل في الملفات المحلية (جدول 46).

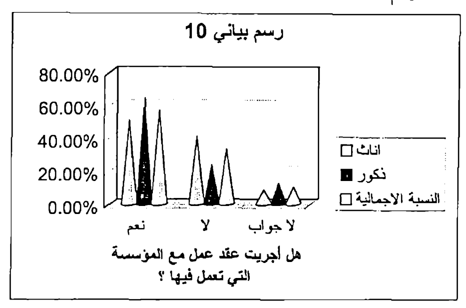
الإناث اقل اجراء لعقد العمل من الذكور

النساء أكثر تواجداً من الرجال في العقود المؤقتة

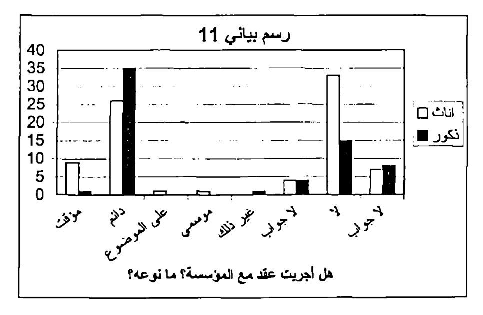
في ما يتعلق بإجراء عقد عمل مع المؤسسة، صرحت نسبة 56,55% بانها وقّعت عقد عمل مع المؤسسة وتوزعت على 50,62% إناث مقابل 64,06% من الذكور. أما الذين قالوا بانهم لم يجروا عقداً[68] فبلغت نسبتهم 33,10% منهم

(68) في دراسة عن الصحافيات الفرنسيات تبين أن أكثر من نصف الذين يعملون بالقطعة وبأوضاع غير مستقرة هم من النساء اذ لا تشكل النساء سوى ربع الكوادر. انظر:
Femmes et Medias, op.cit., p. 48.

40,74% من الإناث مقابل 23,44% من الذكور، بينما بلغت نسبة اللاجواب 10,34% (رسم 10 - جدول 47).



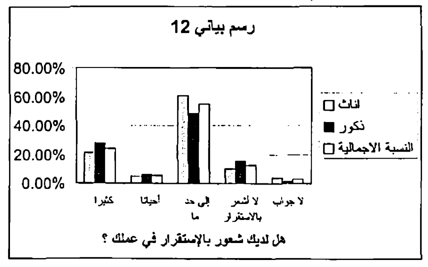
وبخصوص نوعية العقد نجد ان العقد المؤقت اجرته 9 إناث مقابل ذكر واحد والعقد الدائم أجراه 35 ذكراً مقابل 26 أنثى، اما العقد على الموضوع فأجرته 2 من الإناث مقابل لا أحد من الذكور (رسم 11).



النساء أقل توقعاً من الرجال للاستمرار في العمل

توقعت نسبة 72,41% الاستمرار في العمل لفترة طويلة مع رجحان الكفة لصالح الذكور في هذا المجال 76,50% مقابل 69,14% للإناث (جدول 48).

ولدى سؤالنا لهم عن مدى شعورهم بالاستقرار في العمل، نجد ان نسبة النساء كانت اقل من الرجال في الفئة التي صرحت ان شعورها بالاستقرار كبير، في حين تقدمت النساء على الرجال في الفئة التي صرحت ان هذا الشعور يراودها أحياناً. واللافت ان الرجال تقدموا على النساء في الفئة التي اعلنت عن عدم شعورها بالاستقرار (رسم 12 - جدول49).



يعود السبب في عدم الشعور بالاستقرار بالاولوية لدى الإناث إلى الامور التالية: وضع الشركة الاقتصادي والتغيرات السياسية الطارئة عليها - نوعية العمل لا تتناسب مع الطموحات - عدم الانصاف. بينما كانت الاسباب بالنسبة للذكور بالاولوية كما يلي: عدم الانصاف - الطموح إلى الافضل- طبيعة العمل - ارادة العمل الحر[69] (جدول 50).

---

(69) بالنسبة للكثيرين، لا تتمثل البطالة بالحرمان من العمل انما تتمثل أيضاً بوسائل الضغط الفعالة على ظروف العمل، اذ انها اجتاحت أخيراً عالم العمل بطريقة الابتزاز المستمر: الخوف من الصرف، ضغوط على الرواتب وايقاع العمل وأوقاته. أنظر

Margaret Maruani, "Les temps modernes de l'emploi feminine", Manière de Voir, op.cit., p. 36.

4.4 ـ دوام العمل

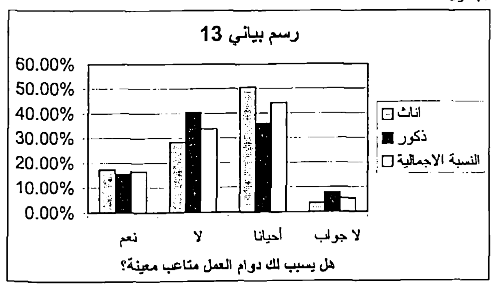
النساء تقدمن على الذكور في عدد ساعات العمل

بالنسبة لعدد ساعات العمل، بلغت نسبة الفئة التي تعمل يومياً بين 6 و9 ساعات 42,07% توزعت على 43,21% من الإناث مقابل 40,63% من الذكور، والذين يعملون بين 9 و12 ساعة يومياً بلغت نسبتهم 27,59% توزعوا مناصفة تقريباً بين الجنسين، في حين بلغت نسبة الذين يعملون دون 6 ساعات 4,83% توزعوا على 3,70% من الإناث مقابل 6,25% من الذكور (جدول 51). مع الاشارة إلى ان النساء تداوم نهاراً وليلاً بشكل لا يختلف كثيراً عن الذكور (جدول 52).

وجدت النساء متاعب في دوام العمل أكثر من الرجال

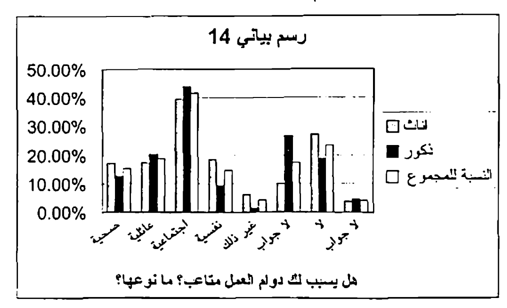
صنفت النساء متاعب العمل بالصحية والنفسية أكثر من الرجال

بلغت نسبة الذين لم يجدوا في دوام العمل اية متاعب تُذكر 33,79% توزعوا على 28,40% من الإناث مقابل 40,63% من الذكور (رسم 13 - جدول 53). وعندما طلبنا منهم وصف هذا الدوام، تقدم الرجال على النساء بوصفه بالمريح وبانه اصبح عادة، في حين تقدمت النساء على الذكور في وصفه بالمتعب والممل (جدول 54).



كما صنف الجنسان بالاولوية نوعية المتاعب الناتجة عن دوام العمل

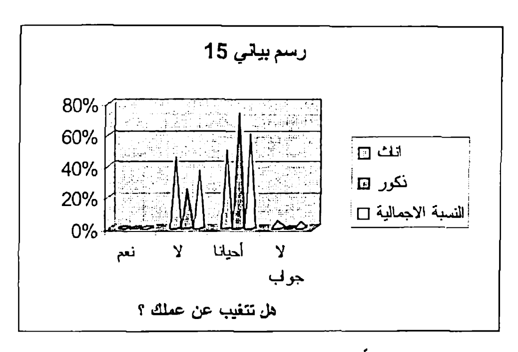
بالاجتماعية ثم العائلية فالصحية فالنفسية. غير ان الذكور تقدموا على الإناث في ذكر المتاعب الاجتماعية والعائلية، وتقدمت الإناث على الذكور في الاشارة إلى المتاعب الصحية والنفسية (رسم 14).



تجدر الاشارة إلى ان النساء وجدن اكثر من الرجال ان السرعة في العمل تسبب لهن توتراً ونشاطاً، بينما وجد الرجال اكثر من النساء انها تسبب لهم قلقاً (جدول 55).

تأتي النساء متأخرات إلى العمل أكثر من الذكور إنما تتغيب عنه أقل

بلغت نسبة الذين صرحوا بانهم يأتون متأخرين إلى عملهم 14,48% توزعوا على 19,75% للإناث مقابل 7,81% للذكور (جدول 56). في موضوع التغيب عن العمل نجد انه من ضمن الذين صرحوا بانهم يتغيبون احياناً بلغت نسبة النساء 49,38% مقابل 73,44% من الذكور (رسم 15 - جدول 57). وكانت اسباب التغيب بالاولوية عند النساء وبنسبة اكبر من الرجال كالتالي: المرض 41,83% مقابل 14,06% للذكور -الواجبات العائلية 13,58% مقابل 7,81% للذكور- حب الراحة 9,88% مقابل 3,13% للذكور - خلافات داخل العمل 2,47% من الإناث مقابل 0% من الذكور (جدول 58).



النساء اكثر انقطاعاً عن العمل من الرجال

من بين الذين صرحوا بانهم انقطعوا عن عملهم لفترة ما بلغت نسبة الإناث 37,04% مقابل 22,22% من الذكور (جدول 59). وتراوحت فترة الانقطاع بين الشهر والسنة، وكان سبب الانقطاع بالنسبة للإناث وبالاولوية: الولادة ثم الزواج فالمرض ثم سوء التفاهم مع المسؤولين، اما الذكور فكان السبب بالاولوية المرض ثم الزواج فسوء التفاهم مع المسؤول (جدول 60).

5.4 ـ اكتساب المهارات في العمل والتأهيل المهني

استخدام التقنيات الحديثة:

يستخدم الذكور التقنيات الحديثة في عملهم اكثر من الإناث

يجد الذكور سهولة في التعامل مع التقنيات اكثر من الإناث

اعتبرت الإناث بانه لا مشكلة في التعامل مع التقنيات اكثر من الذكور

في موضوع استخدام الإعلاميين للتقنيات الحديثة، بلغت نسبة الذين صرحوا بانهم لا يستعينون بها فقط 16,55% توزعوا على 19,75% من الإناث مقابل 12,50% من الذكور (جدول 61). اما كيف يقيمون هم علاقتهم بهذه التقنيات،

فإن الفئة التي قالت انها تجد صعوبة في التعامل معها بلغت نسبتها 10,43% توزعت تقريباً مناصفة بين الجنسين، اما الفئة التي وجدت التعامل معها سهلاً فبلغت نسبتها 18,62% توزعت على 11,11% من الإناث و28,13% من الذكور، والذين قالوا بانهم لم يحاولوا التعامل معها بالاساس بلغت نسبتهم 13,10% منهم 17,28% من الإناث مقابل 7,81% من الذكور، أما النسبة الكبرى 44,14% فقد صرحت بانه لا مشكلة في ذلك، و اللافت في هذا المجال تقدم الإناث على الذكور في التصريح بعدم وجود مشكلة مع التقنيات 48,15% مقابل 39,6% من الذكور، علماً ان الذكور تقدموا على الإناث في ايجاد التعامل معها سهلاً، نسبة اللاجواب 13,79% (جدول 62).

التدريب

خضع الرجال لدورات تدريبية اكثر من النساء

صرح حوالي 50% من الإعلاميين الذكور بانهم خضعوا لدورات تدريبية في لبنان والخارج مقابل 43% من الإناث (جدول 63). كذلك تقدم الذكور على الإناث في عدد دورات التدريب التي خضعوا لها، اذ تواجدوا اكثر في خانة الفئة التي خضعت لاكثر من ثلاث دورات (جدول 64). وكانت مواضيع الدورات التدريبة للإناث بالدرجة الاولى: برامج الاطفال - الاداء والالقاء - الكومبيوتر - المونتاج - الاخراج. أما دورات الذكور فكانت بالدرجة الاولى: اخراج - صحافة - مراسل - تقنيات - كومبيوتر (جدول 65).

وجد الذكور اكثر من الإناث انهم بحاجة إلى مزيد من الدورات التدريبية

وفي ما اذا ما كان يجد هؤلاء انهم بحاجة إلى مزيد من الدورات التدريبية، اعلنت الغالبية الكبرى عن حاجتها إلى ذلك، مع تقدم الذكور على الإناث في هذا المجال 75% مقابل 70,73% من الإناث (جدول 66). وكانت مبررات الذين قالوا انهم بحاجة إلى ذلك كما يلي: اللحاق بالتطورات الجديدة والتكنولوجيا والتطلع نحو الافضل. أما الذين قالوا بانهم ليسوا بحاجة إلى ذلك فكانت لديهم الاسباب التالية: ليس لديهم الوقت الكافي لذلك، وهم يفضلون البقاء قرب عائلاتهم،

اضافة إلى من قالوا انهم يملكون الكفاءات في اختصاصهم وانهم ليسوا بحاجة إلى التدريب.

5 ـ الحوافز والمكافآت / مردود العمل

1.5 ـ مواصفات العمل داخل الاقسام:

في الاقسام النساء اكثر حداثة في العمل من الرجال

وحول حداثة العمل في القسم، زادت نسبة النساء اللواتي مضى على عملهن اقل من عشر سنوات على نسبة الرجال، في حين زاد عدد الرجال الذين مضى على عملهم عشر سنوات وما فوق على النساء (جدول 67).

النساء يعملن اكثر في الاقسام القليلة العدد

تبين بالنسبة لعدد العاملين في الاقسام، ان الإناث يعملن اكثر في الأقسام الصغيرة التي تحوي ما دون عشرة أفراد، بينما يعمل الذكور اكثر في الاقسام الكبيرة (جدول 68).

الرجال أكثر تواجداً من النساء في المواقع الاولى

أما على صعيد التراتبية داخل الاقسام، تواجد الرجال اكثر من النساء في المواقع الاولى[70]، بينما تقدمت النساء على الرجال في المواقع الثانية ليعود ويتقدم الرجال على النساء في المواقع الثالثة. والملاحظ في هذا المجال ارتفاع نسبة اللاجواب خصوصاً من قبل النساء (رسم 16 - جدول 69).

2.5 ـ الترقي

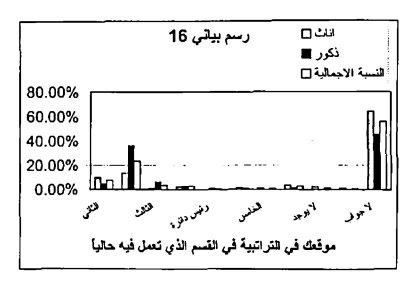
النساء أقل حصولاً على الترقية في العمل من الرجال

الترقية الموقعية أكثر لصالح الذكور / الترقية المادية اكثر لصالح الإناث

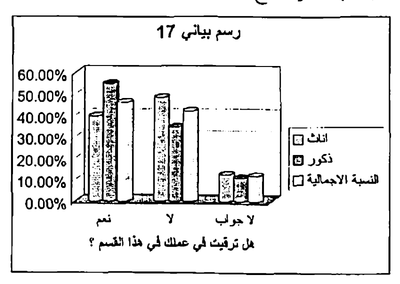
كانت الترقية اكثر لصالح الرجال، فالذين اجابوا بانهم حصلوا على ترقية

---

(70) لا تشكل النساء سوى 6% من أعضاء مجالس الادارة في الوسائل المرئية والمسموعة في أوروبا، 11% من الكادرات العليا، 7% من التقنيين. أنظر: Femmes et Medias, op.cit. p40



كانت نسبتهم 54,69% مقابل 39,51% من الإناث (رسم 17 - جدول 70). وفي بحثنا عن نوعية الترقية نرى ان الترقية الموقعية كانت اكثر لصالح الذكور، بينما الترقية المادية ذهبت اكثر لصالح النساء (جدول 71).



تعود اسباب عدم الترقية بالاولوية برأي الإناث إلى ما يلي: مجال الترقية محدود في الاقسام اللواتي يعملن بها نظراً لصغر عددها - الترقي مرتبط بالعلاقات الشخصية اكثر مما هو مرتبط بالكفاءة والاهلية - اسباب عدم الترقي تعود إلى هيكلية العمل في الشركة، عدا عن ان المسؤولين لا يقدرون جهود احد - غياب الانتماء السياسي لديهن. أما الذكور فكان السبب برأيهم يعود إلى حداثتهم في

العمل – إلى طبيعة عملهم. والتقى الجنسان على القول بأن الترقيات تكون احياناً عشوائية وتعود إلى المحسوبيات.

وفي ما اذا كان يجد الإعلاميون أن هناك سقفاً للترقية لا يمكنهم تخطيه، اجابت بنعم نسبة 48,14% توزعت مناصفة بين الجنسين (جدول 72). وتلاقى الجنسان على شرح الاسباب التالية لعدم امكانيتهم تخطي هذا السقف: المعيار هو المحسوبية والواسطة والعلاقات الشخصية- بسبب النظام المتبع في المؤسسة- لاسباب مادية. وتميزت الإناث عن الذكور في ايراد الاسباب التالية: حسب نوع العمل – في هذه الايام تترقى الصحافية التي تملك داراً للازياء لا تلك التي لديها خبرة- واللافت ان منهن من أعلنّ عن عدم رغبتهن في الخوض بهذا الوضوع. اما الذكور فنسبوا الامر إلى الطائفية والسياسة، ومنهم من صرح بانه لا يمكنه الجزم بهكذا امور لان المعايير لم تزل غير واضحة.

رداً على سؤالنا لهم كيف يرون هم اسباب الترقية في المؤسسات الإعلامية بشكل عام، تقدمت الإناث على الذكور في ذكر الاسباب التالية: العلاقات الخاصة مع المسؤول ودرجة القرابة منه. أما الذكور فتقدموا على الإناث في ذكر الاسباب العائدة للمؤهلات والخبرة، واللافت ارتفاع نسبة اللاجواب رداً على هذا السؤال 33,79% (جدول 73).

وفي محاولة لتغيير صيغة السؤال: هل حدث ووصل احد الزملاء إلى مرتبة عليا في التراتبية الوظيفية سريعاً دون ان تختمر تجربته؟ نجد ان الذين اجابوا بنعم كانت نسبتهم 51,72% توزعوا على 53,09% من الإناث و50% من الذكور (جدول 74). وفي تعليلهم لذلك، تلاقى الجنسان على ذكر الاسباب التالية: الطائفية والواسطة – التقرب من رئيس االقسم والتملق له – النظام الداخلي للشركة – لا ادري. اما الإناث فقد افترقن عن الذكور بإيراد اسباب خاصة بالإناث كمثل عنصر الاغراء والعلاقة مع المسؤول، واسباب خاصة بالذكور وهي النفاق، بالاضافة إلى أسباب تعود لمزاجية المدير وللوساخة في بعض النفوس. وافترق الذكور عن الإناث في إيراد الاسباب العائدة للظروف – للتدخلات السياسية وللاجتهاد في الدراسة.

3.5 ـ الرواتب

وجدت الإناث أكثر من الذكور أن الرواتب منصفة

في سؤالهم حول كيف يجدون الرواتب التي يتقاضونها، وجدت نسبة 40,69% انها غير منصفة توزعت على 38,27% من الإناث مقابل 43,75% من الذكور (جدول 75).

وجدت الإناث تمييزاً في الراتب تبعاً للانتماء البيولوجي اكثر من الذكور

وجدت الإناث اكثر من الذكور ان الزملاء الذين لديهم المؤهلات ذاتها لا يتقاضون الراتب ذاته

لم تجد الفئة الكبرى منهم تمييزاً في الراتب تبعاً للجنس[71] وذلك بنسبة 71,03% توزعت على 67,90% من الإناث مقابل 75% من الذكور (جدول76). بلغت نسبة الذين وجدوا ان هناك موظفين لديهم المؤهلات نفسها انما لا يتقاضون الراتب نفسه 31,03% توزعت على 37,04% من الإناث مقابل 23,44% من الذكور، بينما كانت نسبة اللاجواب 11,72% (جدول 77).

4.5 ـ التقديمات

رأت الإناث اكثر من الذكور ان التقديمات تطال البعض

وحول التقديمات التي تقدمها لهم المؤسسة غير الراتب، فالملاحظ ان الإناث تقدمن على الذكور في ذكر الامور التالية وبالاولوية: بدلات تزيين الشعر واللباس والضمان الصحي، بينما تقدم الذكور على الإناث في الاستفادة من التقديمات التالية: بالاضافة إلى المنح التعليمية عن اولادهم، شهران اضافيان - ساعات اضافية -تأمين على الحياة - تقديمات مالية كل 3 اشهر- مكافآت - بدل سفر (جدول 78).

---

(71) متوسط ما تتقاضاه الصحفيات الفرنسيات شهرياً يساوي 2880 فرنكاً أقل مما يتقاضاه زملاؤهن الصحافيون. أنظر:

Florence Beauge, op.cit., pp. 42-46.

بلغت نسبة الإعلاميين الذين وجدوا بان تقديمات المؤسسة تطال فقط البعض حوالي 28,28% توزعت على 32,10% من الإناث مقابل 23,44% من الذكور، والملا حظ انه رداً على هذا السؤال ارتفعت نسبة اللاجواب فبلغت 32,41% (الجدولان 79و 80). وفي البحث عن رأيهم بالاسباب الكامنة وراء عدم المساواة في الاستفادة من التقديمات نجد ان الجنسين اتفقا على ان ذلك يعود إما إلى نوع العمل ومتطلباته، وإما إلى اجتهاد اصحاب المؤسسة او القيمين عليها، وإما تبعاً للعلاقة مع النافذين في الادارة. تجلت اوجه الاختلاف بين الجنسين في هذا المجال بان الإناث تميزن عن الذكور بذكر الاسباب الاضافية التالية: بسبب ظهور البعض فقط على الهواء- قد يعود لاعتبار القيمين على المؤسسة ان الرجل هو رب العائلة وان المرأة تتبع زوجها - يتوقف الامر على عقد العمل وما يتضمنه. بينما نحا الرجال بتفسيراتهم نحو التدخلات السياسية ومساوئ النظام السياسي الطائفي السائد في لبنان.

6 - تقييم الإعلاميين لعملهم

1.6 ـ وجد الذكور اكثر من الإناث ان الحياد والموضوعية متوفران في عملهم إلى حد كبير

ولدى محاولتنا معرفة كيف يقيم الإعلاميون عملهم: هل يجدونه روتينياً، وإلى اي مدى تتوفر فيه الموضوعية والحياد؟ ما هي الاسباب المؤدية إلى نجاحهم او إلى فشلهم؟ وهل أمكنهم خرق القوالب المتعارف عليها والخروج عن المألوف؟ في هذا المجال تقدم الذكور على الإناث في قولهم ان الحياد والموضوعية متوفران إلى حد كبير في عملهم، في حين تقدمت الإناث على الذكور في قولهن انهما متوفران إلى حد ما، وضمن الفئة التي رأت صعوبة توفر ذلك 10,34% نجد ان الذكور تقدموا على الإناث (جدول 81). اما بالنسبة للسؤال المتعلق في ما اذا كانوا يشعرون بالملل والروتين في عملهم، فإنه يمكننا اسقاطه نظراً لنسبة اللاجواب المرتفعة جداً والبالغة 80,69%، ويمكن ان نشير إلى النسبة القليلة المتبقية التي شعرت بالملل عزته إلى عدة امور منها بالاولوية: التكرار، آفاق التطور المحدودة، الجو السياسي العام، اجواء العمل، نوعية الموضوعات

المطروحة، واللافت تقدم النساء على الذكور في ذكر كل هذه الاسباب المؤدية إلى الشعور بالملل.

2.6 ـ الضغوط على العمل

اعطى الذكور الاولوية للضغوط الآتية من مصالح المؤسسة المادية

اعطت الإناث الاهمية اكثر من الذكور للضغط الآتي من الرئيس المباشر في العمل

وفي البحث اكثر عن العوائق التي يجد هؤلاء أنها تحول دون ممارسة عملهم بشكل افضل، ذُكر الضغط الآتي من مصالح المؤسسة المادية في المقام الاول 35,86% مع تقدم الذكور على الإناث 39,06% مقابل 33,33%، ثم تساوى الجنسان 31,72% في القول إنه لا عوائق امامهم، يليه القول بالضغط السياسي العام27,59% مع تقدم الإناث على الذكور في ذكر هذا العائق، ثم عاد الجنسان ليتساويا في ذكر الضغط الاجتماعي العام بنسبة 24,38%، يليه القول بضغط الرئيس المباشر في العمل 22,07% مع تقدم الإناث على الذكور بحوالي الضعف 29,63% مقابل 12,5% من الذكور، يليه الضغط المعنوي الذي تتقدم ايضاً الإناث على الذكور لدى ذكره انما بنسبة قليلة، ثم الرقابة الذاتية حيث يتقدم الذكور على الإناث، وتعود الإناث للتقدم على الذكور بنسبة بسيطة لدى ذكر الضغوط العائلية (جدول 82).

مصدر الضغط بالاولوية لدى الإناث المسؤول المباشر ولدى الذكور كثرة العمل

وفي ما اذا كانوا يجدون انفسهم انهم يتعرضون لضغوط معينة، بلغت نسبة من اجابوا بالايجاب 38,62% توزعت تقريباً مناصفة على الجنسين (جدول 83)، وحددت الإناث بالأولوية مصادر الضغط على الشكل التالي: المسؤول المباشر - كثرة العمل - السياسة - طريقة التفكير السائدة - وزير الإعلام - ضغوط مادية ومعنوية وأخرى لها علاقة بالنافذين. بينما حصر الذكور الضغوط بالاولوية كما يلي: كثرة العمل - رأس المال - المسؤول المباشر - طريقة التفكير السائدة - السياسة - وزير الإعلام (جدول 84).

3.6 ـ عوامل النجاح

حددت الإناث عوامل النجاح بالاولوية: الجرأة/ الشكل الحسن/ عمر الشباب

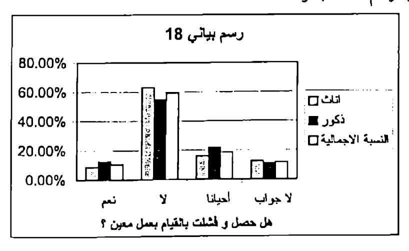
حدد الذكور عوامل النجاح بالخبرة

اما عن رأيهم في ابرز العوامل التي يجدون أنها، بشكل عام، تساهم في انجاح عملهم، فإنهم اجابوا بالاولوية: التحضير الجيد - الخبرة - الثقافة - سرعة المبادرة - الجرأة - الالمام باللغات الاجنبية - التدريب المستمر - اتقان اللغة العربية - الشكل الحسن - الهندام الجيد - عمر الشباب. والملاحظ تساوي الجنسين في ذكر العوامل التالية: التحضير الجيد - الثقافة - سرعة المبادرة - الالمام باللغات الاجنبية - التدريب المستمر - اتقان اللغة العربية. وتقدمت الإناث على الذكور في ذكر العوامل التالية: الجرأة - الشكل الحسن - الهندام الجيد- عمر الشباب. في حين تقدم الذكور على الإناث في ذكر عامل الخبرة (جدول 85).

4.6 ـ الإخفاق في العمل

الإناث اقل اعترافاً من الذكور بحصول إخفاق ما في عملهم

وفي ما اذا كان يعترف الإعلاميون بحصول اخفاق ما في العمل، اجابت النسبة الكبرى بالنفي 59,31% مع تقدم الإناث على الذكور 62,69% مقابل 54,69% للذكور (رسم 18 - جدول 86).



وتلاقى الجنسان على ذكر أسباب الإخفاق كما يرونها هم: عدم توفر الخبرة - عدم توفر علاقات اجتماعية - عدم توفر مؤهلات لها علاقة بالشكل - ضغط الشريك/الشريكة - ضغط اجتماعي- ضغط سياسي - الحفاظ على السمعة الأخلاقية.

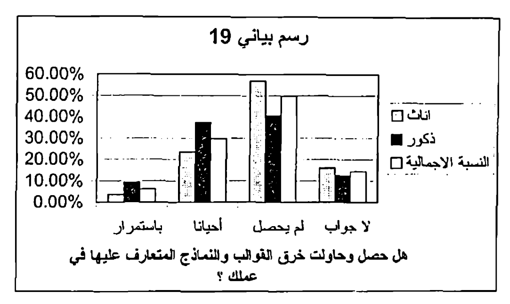
وافترقت الإناث عن الذكور في ذكر عامل الاهتمام بالاولاد، مع الاختلاف في ما بين الجنسين في ترتيب الاسباب تبعاً للاولوية، إذ حل الضغط السياسي في المراتب الاخيرة عند الإناث، بينما حل في المرتبة الثانية لدى الذكور، والملاحظ أن عامل الحفاظ على السمعة الأخلاقية حل عند الذكور في المرتبة الاخيرة (جدول 87).

تلاقى الجنسان على ذكر الإجراءات التالية كردة فعل على الفشل: العمل على تطوير الذات - على تغيير الشكل - الانسحاب من هذا العمل. وتميزت الإناث عن الذكور في ترجمة ردة الفعل بالعمل على تغيير المصادر، أما الذكور فقالوا باتباع وسائل أخرى منها: تحسين العلاقة مع المسؤول - التفلت من العادات والتقاليد (جدول 88).

5.6 ـ خرق القوالب في العمل

الإناث اقل خرقاً للقوالب والنماذج المتعارف عليها من الذكور

وعما إذا كان حصل وقاموا بخرق القوالب والنماذج المتعارف عليها في عملهم، أجابت النسبة الكبرى بالنفي 48,97% توزعت على 56,79% من الإناث مقابل 39,06% من الذكور (رسم 19 - الجدولان 89 و90). وكان المشجع على خرق القوالب في العمل الصحفي لدى الجنسين وبالتساوي: شخصية الإعلامي بحد ذاتها - المدير المسؤول. غير أن الإناث تميّزن عن الذكور بذكر: تشجيع الزملاء والتقدم الحاصل كعوامل مشجعة لهن على خرق القوالب، بالمقابل تميّز الذكور بإيراد العوامل المشجعة التالية: حبهم للعمل - قناعاتهم- ضميرهم المهني- تشجيع أحد المديرين- تحسين سير العمل (جدول 91).



6.6 ـ كلفة العمل

كلفة العمل بالنسبة للإناث هي اكثر نفسية وبالنسبة للذكور هي اكثر مادية

وكيف يحدد الإعلاميون انفسهم كلفة العمل، تلاقى الجنسان على اعتبار ان كلفة العمل هي بالدرجة الاولى اجتماعية 28,4%، بينما وجدتها الإناث في الدرجة الثانية اكثر بانها كلفة نفسية 24,69%، في حين وجدها الذكور بانها مادية 20,31%. وتلاقى الجنسان في الدرجة الثالثة على اعتبارها عائلية (جدول 92).

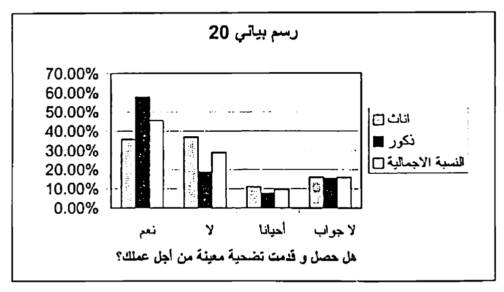
وجدت الإناث اكثر من الذكور عملهن معيقاً للزواج والانجاب

وفي سؤال اكثر تفصيلاً حول كيف يجدون انعكاسات عملهم على حياتهم العائلية، نجد ان الفئة التي فضلت عدم الجواب حازت النسبة الكبرى 45,52%، وعلى صعيد الفئة المتبقية، وجد الذكور اكثر من الإناث في عملهم عاملاً مساعداً لهم على تسهيل زواجهم 21,88% مقابل 2,47% من الإناث. اما في ما يتعلق بالانجاب، فإن الإناث كن اكثر ميلاً من الذكور في رؤية الاثر السلبي لعملهن على مسألة الانجاب لديهن، بالمقابل وجد الذكور اكثر من الإناث ان عملهم كان سبباً لابتعادهم عن اولادهم.

وجد الذكور اكثر من الإناث انهم قدموا تضحية ما خلال عملهم

ولدى سؤالهم عما اذا كانوا قدموا تضحية ما في عملهم، بلغت نسبة الذين

اجابوا بالايجاب 45,52% توزعت على 35,80% من الإناث مقابل 57,81% من الذكور (رسم 20 – جدول 93). ورداً على السؤال عن نوعية التضحية، تلاقى الجنسان على ذكر تضحيات كمثل: الاختلاف مع العائلة – خسارة احد الاصدقاء -التضحية بالسمعة، وتقدمت الإناث بنسبة قليلة على الذكور في ذكر التضحية المتجسدة في الاختلاف مع الشريك، في حين تقدم الذكور على الإناث في ايراد تضحيات من نوع المخاطرة بالحياة – الاختلاف مع الزملاء – توتر العلاقة مع المسؤولين (جدول 94).



7.6 ـ مردود العمل المعنوي

اعتبرت الإناث اكثر من الذكور ان عملهن زادهن خبرة وجمالاً

الذكور اعتبروا اكثر ان عملهم اكسبهم ثقة بالنفس ووثق علاقتهم بالمسؤولين

في وصفهم لكيفية انعكاس عملهم على الصعيد الشخصي، وجدت الإناث اكثر من الذكور بان عملهن بالدرجة الاولى زادهن خبرة وبالدرجة الثانية جمالاً، وبنسبة اقل عزز من مكانتهن الاجتماعية. بينما وجد الذكور اكثر من الإناث ان عملهم بالدرجة الاولى اكسبهم ثقة بالنفس ثم وثق علاقتهم بالمسؤولين وزادهم ثقافة، وبفارق غير ذي شأن مع الإناث قالوا بانه قوى من منزلتهم داخل العائلة وزادهم شهرة (جدول 95).

8.6 ـ آفاق العمل الحالية / نوع العمل المفضل

السعي إلى لتغيير

الإناث اكثر سعياً إلى تغيير نوعية عملهن من الذكور

بلغت نسبة الإعلاميين الراغبين في تغيير عملهم داخل المؤسسة 34,48% توزعت على 44,44% من الإناث مقابل 21,88% من الذكور. وبالنسبة لنوع العمل الذي يسعى هؤلاء إلى إيجاده، نجد ان سعي الإناث اتجه بالاولوية نحو مجالات العمل التالية: مقدمة اخبار (معتبراً البعض منهن انه بمثابة حلم لهن منذ البداية) - تقديم برامج منوعة - رئيسة دائرة - مديرة السكرتاريا - الوصول إلى مواقع القرار - اعداد برنامج سياسي - كتابة الاخبار باللغة الانكليزية - العودة إلى الصحافة المكتوبة - تحقيقات ميدانية. اما الذكور فاتجه سعيهم نحو المجالات التالية: ان اكون الرجل المناسب في المكان المناسب - ادارة البرامج والانتاج لتكون شركتي سباقة في نوعية البرامج المقدمة- تنظيم افضل- العمل في الملفات المحلية.

وكانت نوعية البرامج المفضل العمل بها لدى هؤلاء بالنسبة للجنسين وبالتساوي: البرامج السياسية والثقافية والتسلية والترفية وربط البرامج والالعاب. هذا وتقدم الذكور على الإناث في تفضيل البرامج الوثائقية، بينما فضلت الإناث ان تعملن كمعدات ومقدمات ومذيعات ربط ومراسلات[72] (الجدولان 96 و97).

9.6 ـ غائية العمل

غائية الذكور من العمل التطوير المهني وغائية الإناث تحقيق الذات

وعما يسعون اليه من خلال العمل الإعلامي، تقارب الجنسان في القول

---

(72) كانت فرصة الصحافيات الفرنسيات للقيام بتحقيقات كبرى خلال اجتياح الكويت في فصل الصيف وأثناء أخذ العديد من الصحفيين الرجال عطلتهم الصيفية. Femmes et Media, op.cit., p48
«أخذ مراسلو تلفزيون المستقبل مبادرات ذاتية وانطلقوا يعملون وكأنهم في «سي أن أن» أو «بي بي سي» وأظهروا كفاءة»، هذا ما قاله المسؤول في المحطة السيد علي جابر، ذاكراً: نجاة شرف الدين، شهير ادريس، سحر الخطيب، نجوى قاسم، ديانا مقلد التي اثبتت أن لديها عيناً لاقطة وقادرة على انجاز الكثير بعد منحها فرصة.» على حد تعبيره، أنظر، جريدة الشرق الأوسط 27 أكتوبر 2001

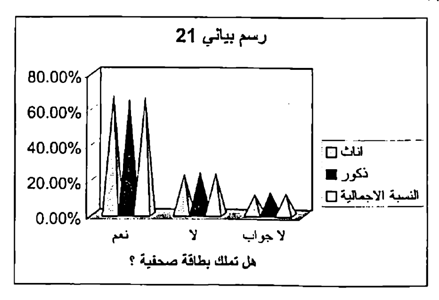
بسعيهم إلى الوصول إلى العلاقات الاجتماعية والاجر المادي. تقدم الذكور على الإناث في السعي إلى ما يلي: التطوير المهني - معرفة ما يجري على الساحة - افادة الجمهور - التقرب من المسؤولين، في حين تقدت الإناث على الذكور في إعطاء الاولوية لتحقيق الذات، ثم الشهرة فالتحرر (جدول 98).

وقد تلاقى الجنسان على اعتبار الوسائل التالية كوسائل فضلى لتغيير نوعية العمل: الكفاءة والمؤهلات والتحضير الجيد والصبر والمثابرة. كما تمايزت الإناث في ذكر الوسائل التالية: ان يأتي مدير يقدر شهادتي ويستمع الي ويصدق في وعده - انتظار الوقت والظروف المناسبة - الحظ والصدفة - الاختيار عائد لوضع المحطة - مناقشة المسؤولين، في حين وجد الذكور الوسائل التالية هي الافضل: لا اجد وسيلة - النجدة تكمن في ان تكون رئاسة مجلس الادارة للشخص المناسب في المكان المناسب (جدول 99).

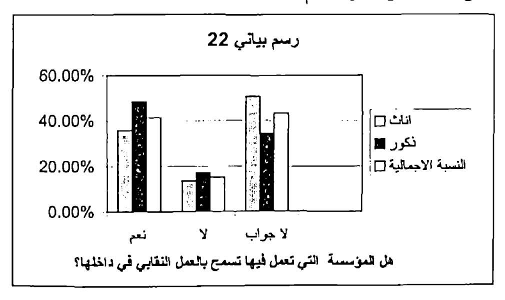
7 ـ الإعلاميون والعمل النقابي انخراطاً واقتناعاً

7.1 ـ النساء اقل انتساباً من الرجال إلى النقابات واقل اقتناعاً بجدوى العمل النقابي

رداً على سؤالنا لهم حول حيازتهم البطاقة الصحفية، اجابت النسبة الكبرى بالايجاب حوالي 65,25% توزعت تقريباً مناصفة بين الجنسين (رسم 21 - جدول 100).



واللافت انه عندما حاولنا ان نعرف الظروف المحيطة بعمل الإعلاميين النقابي، وذلك من خلال سؤالنا لهم في ما اذا كانوا يجدون أن المؤسسة التي يعملون فيها تسمح لهم بالعمل النقابي، نجد ان النسبة الكبرى فضلت عدم الجواب 43,54% توزعت على50,62% من الإناث مقابل 34,38% من الذكور. أما نسبة الذين اجابوا بالايجاب فبلغت 41,38% توزعت على 35,80% من الإناث مقابل 48,44% من الذكور (رسم 22 - جدول 101).



2.7 ـ صورة النقابة اكثر سلبية في اذهان الإناث منها في اذهان الذكور

من اجل معرفة الصورة التي في اذهانهم عن النقابة بشكل عام، كان سؤالنا لهم في ما اذا كانوا يجدون النقابة قادرة على الدفاع عن حقوقهم المهنية. رأينا تفاوتاً في النظرة اليها، اذ بلغت نسبة من قالوا بانها قادرة إلى حد ما 45,52% توزعت على43,21% من الإناث مقابل 48,44% من الذكور، تلتها في الاهمية نسبة من فضلوا عدم الاجابة عن هذا السؤال 27,59% وباكثرية نسائية، ثم نسبة من وجدوها قادرة إلى حد كبير17,93% باغلبية للذكور 26,56% مقابل 11,11% من الإناث. اما الذين وجدوها غير قادرة فبلغت نسبتهم 8,97% باغلبية انثوية (جدول 102).

وفي ما اذا كانوا منتسبين عملياً إلى نقابة ما، اجابت النسبة الكبرى بالنفي

48.97% وبغالبية أنثوية 55.56% مقابل 40.63% من الرجال. أما النسبة التي أجابت بالإيجاب فبلغت 32.41% وبغالبية للذكور 45.31% مقابل 22.22% من الإناث، إضافة إلى أن نسبة اللاجواب قاربت الـ 18.62% (جدول 103). والملاحظ أن النقابات المنتسب إليها هؤلاء كانت بالأولوية: نقابة الصحفيين ثم المحررين فالمهندسين فالمصورين.

3.7 ـ مروحة توقعات الذكور من النقابة أوسع بكثير من الإناث

أورد الذكور في سؤال لهم عن فوائد الانتساب للنقابة وتوقعاتهم وانتظاراتهم منها إجابات عديدة لم تذكرها الإناث. كذلك كانت توقعاتهم أوسع بكثير من تلك التي للإناث. فعلى سبيل المثال حصرت الإناث دور النقابة بالحفاظ على الحق والحماية والعمل على تثبيت المتعاقدين، بينما تطرق الذكور بالإضافة إلى ذلك إلى عدة أمور منها: أنها تمكننا من الاستفادة من العديد من التقديمات المادية والتعويضات الاستثنائية عدا عن الدعم المعنوي والعاطفي - تعرف على صاحب البطاقة - تشجعنا على التجدد في العمل وعدم التحول في المتاهات السياسية (جدول 104).

4.7 ـ الذكور أكثر إيماناً من الإناث بضرورة الانتساب إلى النقابة

وجدت الغالبية الكبرى من الإعلاميين ضرورة في الانتساب إلى النقابة بنسبة 56.55% مع تفوق للذكور 37.50% مقابل 30.08% من الإناث. وبلغت نسبة الذين لم يجدوا ضرورة لذلك 15.17% وبغالبية أنثوية 33.33% مقابل 10.84% من الذكور، علماً أن نسبة اللاجواب كانت مرتفعة، إذ بلغت 28.28% وبغالبية أنثوية (جدول 105). كانت مبررات الإناث اللواتي وجدن ضرورة في ذلك كما يلي: حفظ الحقوق وحماية المنتسب ودعمه ثم بحسب فئتها في الاتحاد قوة - من الخطأ أن تقتصر نقابة المحررين على بعض المؤسسات - تطوير العمل المهني. أما الذكور فأوردوا مبرراتهم بالأولوية على الشكل التالي: حفظ الحقوق والمكتسبات - الحصول على الحقوق المشروعة - في الاتحاد قوة - النقابة هي الناطق الرسمي باسمنا - تطوير العمل المهني.

5.7 ـ النساء اقل معرفة من الرجال بالقوانين المنظمة للعمل الصحفي في لبنان

وحول مدى معرفتهم بالقوانين المنظمة للعمل الصحفي في لبنان، اعلنت نسبة ضئيلة انها تعرف ذلك جيداً 16,55% وبغالبية لصالح الذكور. اما الذين صرحوا ان لديهم معرفة على درجة متوسطة فكانت نسبتهم 42,76% مع غالبية لصالح الإناث. كذلك يُلاحَظ ارتفاع نسبة اللاجواب البالغة 24,83% (جدول 106).

6.7 ـ الانتساب إلى الجمعيات والاحزاب

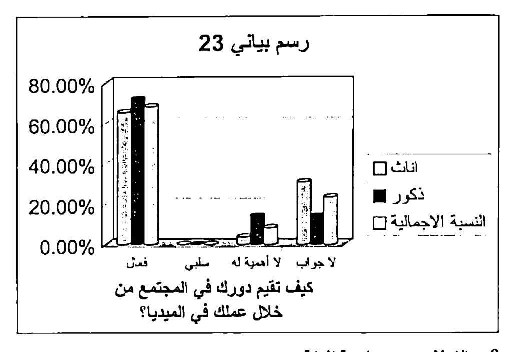
النساء اقل انتساباً إلى الجمعيات والاحزاب من الذكور

وجد الذكور ان دورهم فعال في المجتمع اكثر من الإناث

بلغت نسبة الإعلاميين الذين صرحوا عن انتسابهم إلى لجمعيات حوالي 18,48% فقط وبغالبية ذكورية 25% مقابل 6,17% من الإناث (جدول 107). واسماء الجمعيات المنتسبة اليها الإناث كانت جمعية خريجي مؤسسة الحريري والجمعية اللبنانية لرعاية المعوقين، سمى الذكور الجمعيات الخيرية دون تحديد الاسم، ثم جمعية خريجي مؤسسة الحريري فالجمعية اللبنانية لديمقراطية الانتخابات ثم جمعيات اسلامية وفرنكوفونية.

وعلى صعيد العمل الحزبي فإن من صرحوا بانهم ينتسبون إلى احزاب كانت نسبتهم ضئيلة جداً 3,45% وجميعهم من الذكور، مع الاشارة إلى ان نسبة اللاجواب بلغت 25,52% (جدول 108)، وسمى الذكور الاحزاب المنتسب اليها كما يلي: حزب الله - الحزب السوري القومي الاجتماعي - حزب الوطنيين الاحرار.

وفي معرض تقييمهم لدورهم في المجتمع بشكل عام كإعلاميين، اعتبرت نسبة 68,28% دورها فعالاً وبغالبية ذكورية 71,88% مقابل 65,43% من الإناث مع الاشارة إلى ان نسبة اللاجواب بلغت 23,45% (رسم 23 - جدول 109).



8 ـ الإعلاميون وممارسة المهنة

1.8 ـ التعامل مع الحدث / مع المصدر/ مع المؤسسة/ مع الجمهور:

مروحة التلاعب بالخبر لدى الذكور أوسع منها لدى الإناث

لدى سؤالنا عن كيفية تعاملهم مع الحدث وتحويله إلى خبر، التقى الجنسان على التصريح بانهم يقدمون الخبر كما هو دون تفسيرات ويتركون الحكم للمشاهد بنسبة 37,24%. تليها الفئة التي اعلنت انها تحاول افهام المشاهد خطورة الحدث او تنبيهه لذلك بنسبة 31,72% موزعة مناصفة على الجنسين. وكان الذكور اكثر واقعية من الإناث، اذ تقدموا عليهن بالقول بانهم ليسوا في موقع القرار ليقرروا كيف يتعاملون مع الحدث 26,56% مقابل 17,28% من الإناث. والملاحظ في هذا المجال اتساع مروحة التلاعب بالخبر بشكل اكبر لدى الذكور فهم تقدموا على الإناث بالاعتراف بالممارسات التالية: التركيز على زاوية معينة دون غيرها 14,06% من الذكور مقابل 8,64% من الإناث - اقتطاع اجزاء من الخبر 9,38% من الذكور مقابل 4,94% من الإناث - تغيير السياق العام للخبر 6,25% من الذكور مقابل 0% من الإناث. واللافت ارتفاع نسبة اللاجواب البالغة 28,28% (جدول 110).

الذكور اكثر انسجاماً مع لعبة السوق الإعلامية (الامتدادات -الدوافع-الثمن) الانتقائية:

في البحث عن الاعتبارات الكامنة وراء انتقائهم للاخبار والموضوعات، تلاقى الجنسان بالدرجة الاولى وبنسبة 66,21% على القول بانهم يفعلون ذلك تبعاً لاهمية الحدث. وعلى صعيد الاجابات المتبقية، تقدمت الإناث على الذكور في تصريحهن ان عملية الانتقاء تحصل تبعاً لآرائهن الخاصة[73]، وبنسبة قليلة بما يتلاءم مع مصلحة اصحاب المؤسسة. بالمقابل كان الذكور اكثر انسجاماً مع لعبة السوق الإعلامية سواء في ما يتعلق بالدوافع الكامنة خلفها وامتداداتها السياسية وثمنها، وذلك ما امكننا تبينه من خلال تقدمهم على الإناث في ذكر العوامل التالية الكامنة وراء انتقائهم للاخبار والموضوعات: بناء على ما هو مثير لاهتمام الجمهور- تبعاً لافضليات ايديولوجية - لتوجيهات الرؤساء - بما يتناسب مع مصلحة المؤسسة المادية - لاعتبارات تقنية - لصالح احد السياسيين - لما يعجب المعلن (جدول 111).

الإناث أكثر تفضيلاً للاتصالات المباشرة للحصول على المعلومات

وفي محاولتنا معرفة مصادر المعلومات المفضلة لديهم، حازت المتابعة

---

(73) قرأت احدى الإعلاميات، في زاوية أقوال الصحف على احدى محطات التلفزة، عنواناً لاحدى الصحف يطال أحد الرؤساء العرب، ولم تقدر مدى انعكاس ذلك على المحطة وعلاقاتها الاقليمية، فما كان من المحطة الا أن اضطرت إلى تجميد عمل الإعلامية لمدة قصيرة وحسم جزء من راتبها.

«ودعت ماتيلدا فرج الله جمهور برنامجها «بتجرد» على شاشة ان.بي.ان مساء 19 آذار بعد استضافتها الوزير اللبناني جورج افرام على امل اللقاء في حلقة تلي القمة العربية، غير عالمة بنية الادارة فصلها، وهي تعتبر اليوم ان برنامجها، اوقف لاسباب عدة لا لسبب او ضيف معين. حلقة الرئيس فرزلي والنواب والهيئات الطالبيةاثارت ربما حفيظة بعضهم، لا سيما ان الحوار تطرق إلى موضوع الوجود السوري في لبنان، لكن احداً لم يبلغني اي ملاحظة او تنبيه.... ظننت ان كل شيء يسير بشكل جيد، وانني تصرفت ضمن الهامش المعطى لي. وتضيف ماتيلدا: «لا شك في انني تعرضت للغدر، وتلقيت طعنة في الظهر. لم يكن جنس المقدم (انثى او ذكر) هو العامل. فجأة وجدت نفسي خارج المؤسسة. وفجأة توقف عرض برنامجي بذريعة ان العجز المادي الذي تعانيه المؤسسة هو الدافع إلى إلغائه. فالسبب الحقيقي هو اسلوبي الذي يتعارض مع خطهم السياسي». انظر «الحياة»، 16-5-2002

الميدانية كمصدر للمعلومات على المرتبة الاولى بنسبة 57,24% توزعت مناصفة بين الجنسين، كما تساوى الجنسان ايضاً في اعتبار الارشيف ومراكز المعلومات 52,41% والمؤتمرات الصحفية 38,62% كأفضل مصادر للمعلومات. وقد تقدمت الإناث على الذكور في اعتبار القنوات الرسمية والاتصالات مع المسؤولين من المصادر المفضلة، في حين تقدم الذكور على الإناث في تفضيلهم الاعتماد على اخبار الوكالات ورصد البرامج الاخرى. واللافت في هذا المجال المتعلق بالحصول على المعلومات تفضيل الإناث للاتصالات المباشرة (جدول 112).

2.8 ـ مواقفهم من بعض الممارسات الصحفية:

الإناث اكثر من الذكور رفضاً للتحرش او القبول بالتحرش من اجل الحصول على المعلومات

عندما عرضنا امامهم بعضاً من الممارسات الصحفية التي يضطر احياناً بعض الإعلاميين القيام بها من اجل الحصول على المعلومات، طالبين منهم الاجابة بالقبول او الرفض ازاءها، تقارب الجنسان في القول بعدم القبول بالتظاهر بالانتماء إلى مجموعة ما لمعرفة اخبارها، وتقدمت الإناث على الذكورفى عدم قبول الممارسات التالية: القبول بالتحرش من اجل معرفة الاخبار - التحرش بالمصادر الممتنعة عن اعطاء المعلومات - الرشوة للحصول على المعلومات - التخفي للحصول على المعلومات، بينما تقدم الذكور على الإناث في عدم قبول استعمال وثائق خاصة دون إذن اصحابها (جدول 113).

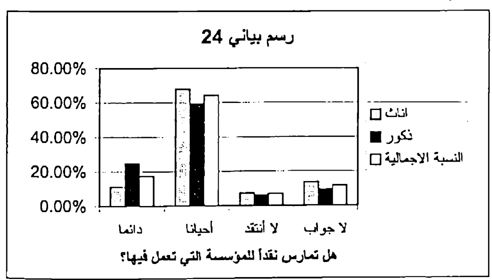
3.8 ـ الإعلاميون وسياسة المؤسسة:

تمارس الإناث نقداً اقل لسياسة المؤسسة من الذكور علماً انهن اقل موافقة عليها

اجابت نسبة 24,14% انها توافق كلياً على السياسة المتبعة من قبل المؤسسة بغالبية لصالح الذكور 29,69% مقابل 19,75%. أما نسبة الذين اجابوا انهم يوافقون إلى حد ما على ذلك فكانت 53,79% توزعت مناصفة على الجنسين، في حين أن النسبة القليلة التي صرحت بعدم الموافقة بلغت 12,41% بغالبية انثوية (جدول 114).

ولدى البحث عن الدوافع الكامنة وراء موافقتهم على سياسة المؤسسة، تقدمت الإناث على الذكور في ذكر ما يلي: حباً بالخط السياسي للمؤسسة - من اجل المكاسب المادية - بفعل الانتماء الطائفي - بدافع الانتماء الحزبي - وبنسب بسيطة هناك من صرحن انهن لا يفصلن بين المهنة وميولهن الخاصة - وخوفاً من العزلة داخل المؤسسة. أما الذكور فتقدموا على الإناث بالقول إنهم يوافقون على سياسة المؤسسة بدافع الحرص على العمل - وحرصاً على الترقية، بينما لوحظ ارتفاع نسبة اللاجواب عن هذا السؤال والتي بلغت 66,21% (جدول 115).

وفي ما اذا كانوا يمارسون نقداً للمؤسسة التي يعملون فيها، اجابت الغالبية الكبرى بانها تفعل ذلك احيانا بنسة 64,14% توزعت على 67,90% من الإناث مقابل 59,38% من الذكور، والفئة التي صرحت بانها تقوم دائماً بذلك بلغت نسبتها 17,24% بغالبية لصالح الذكور 25% مقابل 11,11% من الإناث (رسم 24 - جدول 116).



4.8 ـ الإعلاميون والاداء الإعلامي المتلفز في لبنان:

الذكور إلى حد ما اكثر رضاً من الإناث عن الاداء الإعلامي المتلفز في لبنان

صرحت نسبة 58,62% بأنها راضية إلى حد ما عن الاداء الإعلامي المتلفز في لبنان، مع تقدم لصالح الذكور بنسبة ضئيلة 4%. اما الذين اعلنوا عن عدم رضاهم

فبلغت نسبتهم 31,72% مع تقدم بسيط لصالح الإناث (جدول 117). ويعود سبب عدم رضى الإناث بالاولوية الى: المنافسة غير الشريفة - التقليد - قلة الخبرة - المنافسة - المنحى التجاري - تعبئة الفراغ - سيطرة المصالح الشخصية - عرض مشاهد خلاعية - إعلام غير متطور - ما زلنا نقبع في الروتين ونغرق في المحسوبيات - الجهل الإعلامي - الموضوعية غير موجودة، يتعلق الامر برغبات المسؤولين. واسباب عدم رضا الذكور كانت بالاولوية كما يلي: غلبة الطابع التجاري والتسلوي على البرامج-الإعلام في لبنان موجه سياسياً واجتماعياً- الإعلام يسعى إلى تسخير المرأة بشكل مبتذل - المشاهد الخلاعية - يسعى إلى إثارة الجمهور - هناك فوضى وكبريهات على الهواء - الإعلام غير ناضج - عدم التنظيم وكثرة المحطات - هو ليس على المستوى المطلوب - عبارة عن منابر طائفية- قلة الخبرة.

وفي معرض تصنيفهم لمفردات معروضة امامهم في خانتي الايجابيات و السلبيات التي يمكن ان تنسب لاداء الإعلام المتلفز، تلاقى الجنسان على وضع المفردات التالية في خانة السلبيات: استضافة المسؤولين السياسيين المتكررة - خفة البرامج. وتقدم الذكور على الإناث في اعتبار الامور التالية من سلبيات: اشاعة العنف - عدم امكانية التعمق في الموضوع - ابراز الصورة على حساب الفكرة - تكرار البرامج - استهلاك الموضوعات - الارتجال. وتقدمت فقط الإناث على الذكور لدى القول بان الاشهار السريع هو من سلبيات الإعلام المتلفز. على صعيد الايجابيات، تلاقى الجنسان على اعتبار الاختصار من حسنات هذا الإعلام، في حين تقدم الذكور على الإناث في تصنيفهم للمفردات التالية من ضمن الايجابيات وعلى التوالي: تسليط الاضواء على الحدث - امكانية الوصول إلى كل بيت - البث الفوري - الاتصال المباشر - المنافسة - السرعة في العمل - صدمة الصورة (جدول 118).

5.8 ـ العلاقة مع الجمهور

اولوية الإناث تسلية الجمهور والترفيه/ اولوية الذكور المساعدة وتقديم الارشاد

أما أولوياتهم في ما يتعلق بممارستهم للعمل الإعلامي من خلال برامجنا

لبعض الاحتمالات التي يمكن ان ترد بشكل عام في اذهان الإعلاميين لدى قيامهم في عملهم، فان النسبة الكبرى 68,97% اعطت الاولوية لنقل الاحداث بموضوعية مع تقدم الذكور على الإناث بنسبة 3%، ثم للتعبير عن مطالب الناس 59,31% مع تقدم لصالح الذكور بنسبة 6%، تليها مساعدة الجمهور وتقديم الارشاد له بنسبة 53,10% تقدم فيها أيضاً الذكور على الإناث بنسبة 3%. هذا وقد تساوى الجنسان فى اعتبار مسألة اعطاء الفرص لكافة الاطراف للتعبير عن آرائها من الاولويات 40%، وتساويا أيضاً في اعطاء الاولوية لرغبات المعلن بنسبة 16,55%، في حين ان الإناث تقدمن على الذكور في اعطاء الاولوية لتسلية الناس والترفيه عنهم (جدول 119).

هدف الذكور اكثر امداد الجمهور بالمعلومات / هدف الإناث تسليته

في محاولة لتوصيف علاقة الإعلاميين مع جمهورهم سواء كان على صعيد الاهداف الكامنة وراء توجههم إلى هذا الجمهور، او المشاعر التي يكنها هؤلاء الإعلاميون له، او الشرائح الاجتماعية او العمرية او التعليمية التي يفضلون التوجه اليها، تلاقى الجنسان على اعتبار ان هدفهم هو تثقيف هذا الجمهور بنسبة 48,97%، وتقدم الذكور على الإناث بنسبة بسيطة في اعتبار ان دورهم هو امداد الجمهور بالمعلومات الجديدة، في حين تقدمت الإناث على الذكور في معرض ذكر الاهداف التالية: تسلية الجمهور - إثارته - تقديمه للمعلن - اللحاق به (جدول 120).

وصف الذكور مشاعرهم تجاه الجمهور بالاحترام / الإناث وصفنها بالمودة

عندما طلبنا منهم تحديد مشاعرهم تجاه الجمهور، تواجد الذكور اكثر من الإناث في خانة من قالوا انهم يصفون مشاعرهم بالاحترام 51,56% مقابل 39,51% من الإناث، بينما تواجدت الإناث اكثر في خانة من وصفوا المشاعر بالمودة 16,05% مقابل 9,38% من الذكور(جدول 121).

فضّل الذكور التوجه إلى الجمهور المتوسط الثقافة/ الإناث نفضلن الجمهور المثقف

تساوى الجنسان في تفضيل التوجه إلى الجمهور العام بالدرجة الاولى بنسبة

62,76%، وتقدمت الإناث على الذكور في تفضيل التوجه إلى الجمهور المثقف - جمهور الشباب - النساء- الاطفال، في حين تقدم الذكور في تفضيل الجمهور المتوسط الثقافة (جدول 122).

تجدر الاشارة إلى ان نصف هؤلاء 50,62% صرحوا بانهم يعتبرون الجمهور شريكاً ايجابياً مع تقدم لصالح الذكور 56,25% مقابل 50,62% للإناث، واعتبرته نسبة 15,86% مجرد هدف للاتصال توزعت مناصفة بين الجنسين، في حين اعتبرت نسبة قليلة جداً 2,07% أنه شريك سلبي. أما نسبة اللاجواب فبلغت 28,79% (جدول 123).

9 ـ الإعلاميون وعلاقات العمل

1.9 ـ العلاقة مع رئيس القسم او مع الرئيس المباشر

من الملاحظ ان مسؤولي الاقسام ينتمون في غالبيتهم إلى فئة الرجال، وان المسؤولات الإناث تتواجد في اقسامهن إناث اكثر من الذكور، وانه يتواجد في اقسام المسؤولين الذكور ذكور اكثر من الإناث. الأمر الذي يدلّ على ان هناك نوعاً من التأنيث لبعض الاقسام (جدول 124).

وفي البحث عن مواصفات رؤوساء الاقسام كما يراها الإعلاميون انفسهم، وجدت الإناث اكثر من الذكور ان المسؤول عنهن لديه مؤهلات جامعية (جدول 125). وفي سؤالنا لهم عن خبرات رئيس القسم العلمية ترتفع نسبة اللاجواب لتصل إلى 51,77% مع الاشارة إلى ان الإناث تهربن اكثر من الذكور من الجواب او اجبن بشكل مبالغ فيه (خبرات كبيرة وعظيمة).

أما على صعيد وصف العلاقة الشخصية مع الرئيس المباشر، فقد تقدمت النساء على الذكور في القول بانهن يتميزن إما بالمناقشة الحذرة، او المناكفة، او اخذ التوجيهات، بينما تقدم الذكور على الإناث في وصفها بانها عبارة عن تبادل آراء او تنفيذ اوامر (جدول 126).

وفي محاولة لطرح السؤال بشكل مختلف يتعلق بوصف ممارساتهم هم اثناء اجتماعات عمل القسم، تقدمت النساء على الرجال في قولهن انهن يأخذن المزيد من الايضاحات، في حين تقدم الذكور على الإناث في قولهم انهم يعارضون آراء

رئيس القسم احياناً، وتقارب الجنسان في القول انهم يبادرون ويقترحون عناوين لموضوعات ويستمعون لآراء المسؤول ويأخذون بها كما هي (جدول 127).

وفي ما يخص موقف رئيس القسم من ملاحظات مرؤوسيه في اجتماعات العمل، صرح الذكور اكثر من الإناث ان رئيس القسم يستجيب لهم دائماً، في حين صرحت الإناث انه يستجيب احياناً (جدول 128). والمفارقة ان الذكور رأوا انهم يجدون اكثر من الإناث صعوبات في حال بادروا إلى تقديم فكرة او طرح مشروع جديد.

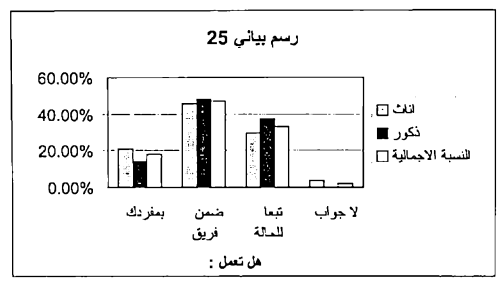
النساء اقل خلافاً مع المسؤول المباشر من الذكور

بلغت نسبة الإعلاميين الذين اعترفوا بحصول خلافات مع المسؤول المباشر عنهم 37,24%، توزعت على 34,57% من الإناث و40,63% من الذكور (الجدولان 129 و130). أما اسباب الخلافات لدى الإناث فكانت بالدرجة الاولى: طريقة الكلام وقلة الاحترام - الخوف من الترقية. أما لدى الذكور فكانت: كون المسؤول جديد في المسؤولية ولزمنا فترة زمنية لنعرف بعضنا البعض- عدم تجاوبه مع طموحاتي رغم اعترافه بمقدرتي على العمل - لاني اطالب بحقي ودوري لكني افتقد إلى «الواسطة» - كانت مجرد فشة خلق عادت الامور في ما بعد إلى مجاريها - عدم الثقة. وقد تساوى الجنسان او بالاحرى التقيا على ذكر الاسباب التالية: تحصل الخلافات مع المسؤول لان العمل يتم بشكل سيئ ومضر بالمصلحة الوطنية - خلافات على الاولوية في الخبر والنشرة - نتيجة عدم الانصاف في العمل والاجحاف في التعامل والراتب - لاسباب ادارية لها علاقة بالتأخر عن العمل وباعطاء العطل.

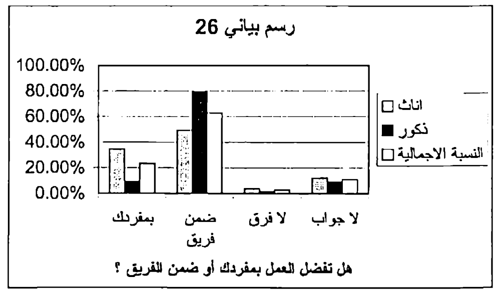
2.9 ـ العلاقة مع الزملاء

النساء يعملن بمفردهن ويفضلن ذلك على العمل ضمن فريق اكثر من الرجال

بلغت نسبة الإعلاميين الذين صرحوا بانهم يعملون منفردين 17,93% وتوزعت على 20,099% من الإناث و14,06% من الذكور (رسم 25 - جدول 131).



وفي ما اذا كانوا يفضلون العمل الافرادي على الجماعي، كانت نسبة من اجابوا انهم يفضلون العمل بمفردهم 23,45% توزعت على 34,57% من الإناث مقابل 9,38% من الذكور (رسم 26 – جدول 132). ونجد وراء تفضيل الإناث للعمل الافرادي على العمل ضمن فريق المبررات التالية: عدم الرغبة في الاتكال على احد – الخوف من اخطاء الآخرين – العمل الجماعي يسبب الغيرة والمنافسة – عدم الثقة بالآخرين – العمل الافرادي اضمن واكثر تركيزاً، فلي نهجي الخاص بالعمل واديره كما يحلو لي.



بالمقابل نجد نوعاً من النظرة المثالية إلى العمل الجماعي لدى النساء اللواتي صرحن انهن يفضلن العمل ضمن فريق، مقارنة بالرجال، وذلك من خلال ايرادهن للمبررات التالية: العمل ضمن فريق يحقق التوحد الفكري - يزيد الانتاج ويخفف العبء - يؤدي إلى تطوير العمل وتبادل الخبرات انما بشرط ان يكون الفريق متجانساً ومحباً للعمل ومحترماً له. في حين صرح الذكور في هذا المجال ما يلي: العمل الجماعي يمكنني من اخذ فكرة ملموسة عن طريقة تفكير الآخرين - العمل الجماعي اسرع - يؤدي إلى تطوير العمل وتبادل الخبرات - هو عمل اكثر غنى وحيوية - العمل التلفزيوني بالاصل جماعي (جدول 133).

النساء انكرن حصول خلافات مع الزملاء والزميلات بنسبة اكبر من نسبة الذكور

وفي ما اذا كان حصل خلاف ما مع أحد الزملاء أو إحدى الزميلات في العمل، بلغت نسبة الذين انكروا حصول ذلك 42,07% توزعت على 48,15% من الإناث مقابل 34,38% من الذكور، ونسبة الذين اعترفوا بحصول خلافات كانت 48,97% توزعت على 44,44% من الإناث مقابل 54,69% من الذكور، كما أن نسبة اللاجواب كانت 8,97% (جدول 134). وتعود أسباب الخلافات بالدرجة الاولى لدى الإناث إلى: عدم الاحترام - الغيرة - النميمة - مواضيع لا تتعلق بالعمل - تباين في وجهات النظر - محاولات اثبات الحضور- المنافسة في العمل - تخوف البعض من الغاء دورهم. أما لدى الذكور فتعود هذه الاسباب بالدرجة الاولى إلى: التأخر في العمل - عدم الرغبة في العمل لدى البعض - طريقة التعاطي الخاطئة بين الزملاء - مواضيع لا تتعلق بالعمل - قلة عقل البعض - محاولات اعاقة العمل من قبل البعض.

يأخذ الذكور رأي زملائهم في مشاكل العمل اكثر من الإناث

على صعيد استشارة الزملاء في مشاكل العمل، كانت نسبة الذين صرحوا انهم لا يفعلون ذلك 8,97% فقط، والملاحظ تقدم الإناث على الذكور ضمن هذه الفئة 12,35% مقابل4,69% من الذكور (جدول 135). والسبب في إحجام النساء عن التشاور مع الزملاء في مشاكل العمل يتلخص في الامور التالية: الخوف من

النميمة – عدم الثقة بالآخرين– انانية بعض الزملاء وغرورهم، في حين ان إحجام الذكور عن اخذ رأي زملائهم تُرجم كما يلي: تبعاً لنوع المشكلة – الحرص على الجو العام وسلامته – خبرتي وثقتي بنفسي تجعلني لا احتاج رأي الآخرين.

اما الاسباب الكامنة وراء اخذ الفئة الكبرى من الإعلاميين برأي الزملاء في مشاكل العمل، فترجمت لدى الإناث بانها من اجل توضيح الصورة وتخفيف التوتر، ولدى الذكور بانها من اجل المشاركة وانجاز العمل بشكل ممتاز.

اعترف الرجال بانهم يعيرون آذانهم للثرثرة الحاصلة في ممرات المؤسسة اكثر من النساء

بلغت نسبة الذين قالوا انهم يستمعون للثرثرة التي تحصل عادة في ممرات المؤسسات 42,76% توزعت على 48,44% من الذكور مقابل 38,35% من الإناث (جدول 136). وكانت الاسباب الكامنة وراء استماع الإناث للثرثرة: معرفة كيفية سير الامور – كوني صحافية والصحافي يجب ان تكون اذنه «سميعة» – كونها تطالني ويجب ان اكون حذرة. أما الذكور فأوردوا الاسباب التالية: لاكتشاف امور جديدة في العمل – للاطلاع على نفسيات البعض – الاستماع اليها يفيدني في تفادي المشاكل – التنصت من طبيعة البشر (جدول 137).

ومن برأيهم يقوم بالثرثرة اكثر، الرجال ام النساء، نجد ان نسبة الذين اجابوا بان الاثنين معاً كانت 67,59% توزعت على 70,37% من الإناث مقابل 64,06% من الذكور.، بينما الذين اجابوا بان النساء هن من يفعل ذلك اكثر كانت نسبتهم 20% توزعوا على 17,27% من الإناث مقابل 23,44% من الذكور. أما الذين اجابوا بان ذلك هو اكثر من فعل الذكور فبلغت نسبتهم فقط 2,76% توزعوا على 1,23% من الإناث مقابل 4,69% من الذكور، في حين كانت نسبة اللاجواب 9,66% (جدول 138). ورأت الإناث بالاولوية واكثر من الذكور ان اسباب الثرثرة بشكل عام تعود إلى الغيرة وسوء التصرف لدى البعض، اضافة إلى التمييز في المعاملة والى طبيعة العمل الإعلامي وشخصية رئيس المؤسسة (جدول 139).

3.9 ـ العلاقة مع الجنس الآخر داخل القسم

كانت النساء اكثر ميلاً من الذكور لوصف العلاقة مع الجنس الآخر بانها علاقة

عمل وزمالة، بينما الذكور كانوا اكثر ميلاً لوصفها بالصداقة (جدول 140).

وفي معرض تقويم العلاقة بين الجنسين، تقدمت النساء على الذكور بنسبة 3% فقط من ضمن الفئة التي قومتها بالايجابية والتي حازت نسبة 87,59% (جدول 141).

4.9 ـ العلاقة مع الذات

الإناث اكثر انتقاداً للذات من الذكور

في زاوية الاسئلة التي تمحورت حول الذات، حاولنا معرفة ما اذا كان هؤلاء يمارسون نوعاً من النقد الذاتي لانفسهم، فوجدنا ان الإناث تقدمن على الذكور في القول بانهن ينتقدن انفسهن غالباً، وأن الذكور تقدموا عليهن عندما صرحوا بانهم يفعلون ذلك احياناً (جدول 142).

لتحسين الصورة فضل الذكور التطوير المهني / الإناث فضلن الاهتمام بالهندام واطلاق العفوية

وفي ما يتعلق بالاساليب المتبعة من قبلهم للعمل على تحسين صورتهم، كانت بالدرجة الاولى ومناصفة بين الجنسين العمل على توسيع ثقافتهم بنسبة 68,97%، كذلك تساوى الجنسان في القول بان ذلك يتم من خلال الاطلاع على تجارب الإعلاميين الاجانب بنسبة 35,17%. بالإضافة إلى ذلك تقدّم الذكور على الإناث بالقول بان ذلك يحصل من خلال العمل على التطوير المهني 59,38% مقابل 54,32% من الإناث، في حين تقدمت الإناث على الذكور في ذكر الاساليب التالية: الاهتمام بالهندام 61,73% مقابل 39,06% للذكور - اعطاء المجال للعفوية - الحفاظ على اللياقة البدنية - اتباع ارشادات المسؤولين بالكامل - الانتباه لتسريحة الشعر - اتباع نصائح خبراء التجميل. أما نسبة اللاجواب فكانت 18,62% (جدول 143).

في التثقيف الذاتي اعطى الذكور الاولويةللندوات والدورات التدريبية والإناث لقراءة الجرائد والكتب

لدى سؤالهم كيف يعملون على تثقيف انفسهم، ذهبت الاولوية لصالح قراءة

الجرائد بنسبة 75,86% توزعت على 81,48% نساء مقابل 68,75% من الذكور. كذلك تقدمت الإناث على الذكور في القول إن ذلك يحصل من خلال قراءة الكتب والمجلات. أما الذكور فتقدموا على الإناث في اعطاء الاولوية لحضور الندوات ومتابعة الدورات التدريبية، في حين تساوى الجنسان لدى اعطاء الاولوية لمسألة الاستماع لوسائل الإعلام الاجنبية بنسبة 67,59% (جدول 144).

وعن سبب شعورهم بالملل في عملهم، كانت نسبة اللاجواب مرتفعة جداً، اذ بلغت 80,69%. أما النسبة المتبقية فتميّزت بتقدم الإناث على الذكور بذكر الاسباب التالية: التكرار - محدودية آفاق التجديد والتطور - اجواء العمل - الجو السيا سي العام- نوعية الموضوعات المطروحة.

اولوية الذكور خارج نطاق العمل النشاطات الاجتماعية ومتابعة التحصيل العلمي

اولوية الإناث الاهتمام بالاعمال المنزلية والمظهر الخارجي

في البحث عن الاولوية المعطاة من قبل الإعلاميين للنشاطات خارج اطار العمل، تلاقى الجنسان حول اعطاء الاولوية للاهتمام بافراد العائلة وممارسة الهوايات المفضلة، وتقدم الذكور على الإناث في اعطاء الاولوية للنشاطات الاجتماعية ومتابعة التحصيل العلمي. أما الإناث فتقدمن على الذكور في اعطاء الاولوية للاعمال المنزلية والاهتمام بالمظهر الخارجي (جدول 145).

10 ـ رأي الإعلاميين بأثر الانتماء البيولوجي

1.10 ـ عدد الإعلاميين المرغوب الاستفادة من تجربتهم اكبر بكثير من عدد الإعلاميات

ولمعرفة الإعلاميات المرغوب الاستفادة من تجربتهن من قبل المستفتين، وجدنا ان الإناث اجبن بالاولوية: ماغي فرح - سعاد العشي - آن سان كلير - باربرا والترز - سيلينا سكوت - زاهرة حرب - جين نووز - اويرا وينفري - كلير اورازين، بينما أجاب الذكور بالاولوية: ماغي فرح - سعاد العشي - جيزيل خوري - ليلى رستم.

ومن الإعلاميين المرغوب الاستفادة من تجربتهم، اجابت الإناث بالاولوية: عماد الدين اديب -لاري كينغ - غسان تويني - جورج صليبي - محمد حسنين هيكل - طلال سلمان - جان كلود بولس - عيسى غريب - رياض شرارة - سليم اللوزي - فيصل سلمان - انيس منصور - جاي لونر - قاسم سويد - سيمون اسمر- اوبرا سبيلبرغ - جاك مارتان - ميشال دريكير - جوزيف سماحة - مروان حمادة - برنار بيفو- جان خوري - دومينيك بوديس- ناجي اوبران.

أما الذكور فأجابوا بالاولوية: محمد حسنين هيكل - عماد الدين اديب - لاري كينغ - طلال سلمان - غسان التويني- جان كلود بولس- عيسى غريب - رياض شرارة - تيد كوبل - برنار شو - فيصل قاسم - سامي حداد - غسان بن جدو - يوسف شاهين - بيتر آرنت - ميشال دريكير - اميل خوري - بيار الضاهر - محمد كريم - الفريد بركات -انطوان ريمي - فؤاد نعيم - روبرت فاسك.

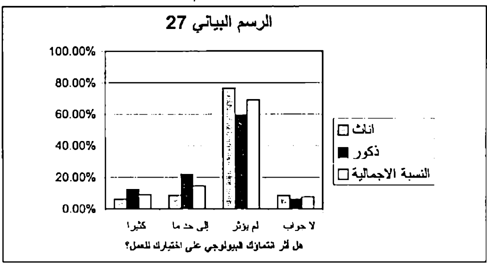
2.10 ـ النساء اكثر تحييداً لعامل الانتماء البيولوجي من الذكور واكثر نفياً لتأثيره

الذكور اكثر ميلاً من النساء للاعتراف بأثر الانتماء البيولوجي على خيارهم في العمل

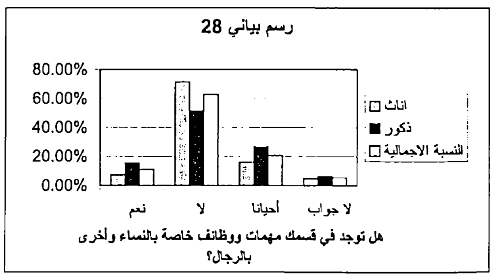
وحول رأيهم في الانتماء البيولوجي، كيف يحددونه، وهل يجدونه محدداً، هل يجدون هذا الانتماء منتجاً لادوار معينة خاصة بالنساء واخرى بالرجال، هل يتأثرون بالمحددات الاجتماعية والثقافية لهذا الانتماء، هل يؤمنون بالادوار المنسوبة اليهم، وهل يتقنون لعبة هذه الادوار، ام يحاولون الخروج عنها، والى اي مدى؟ هل يمارسونها واقعاً وينكرونها لفظاً؟ وإلى اي مدى ساهمت المنظومة الإعلامية القائمة في تعزيز مفهوم النوع وفي اعادة انتاجه او بالعكس في خرقه؟ اسئلة عديدة راودتنا ونحن في طور تحضير اسئلة الاستمارة، وكان ان افردنا لهذا الجانب العديد من الاسئلة التي تعمدنا بعثرتها على كافة الزوايا اي تعمدنا ألا تأتي مجموعة في زاوية واحدة كي نخفف ثقل التنبه لابراز الامثل وما يجب ان يكون لدى المستفتى، وكان ان حصلنا في هذا المجال على الاجوبة التالية:

رداً على سؤالنا لهم في ما اذا كانوا يعتبرون العامل البيولوجي مؤثراً على اختيارهم لعملهم، كانت الإناث اكثر من الذكور نفياً لكون هذا العامل مؤثراً بنسبة

76,54% مقابل 59,38% من الذكور. في المقابل تغلب الذكور على الإناث في اعتبار هذا العامل مؤثراً على خيارهم المهني بنسبة 34,38% مقابل 14,81% للإناث، بينما بلغت نسبة اللاجواب 7,59% (رسم 27 - جدول 146).



ورداً على سؤالهم في ما إذا كانوا يجدون في الاقسام التي يعملون بها مهاماً خاصة بالنساء واخرى بالرجال، نرى ان النساء تقدمن على الرجال بنسبة كبيرة 20% في نفي وجود وظائف خاصة بكل من الجنسين (رسم 28 - جدول 147).

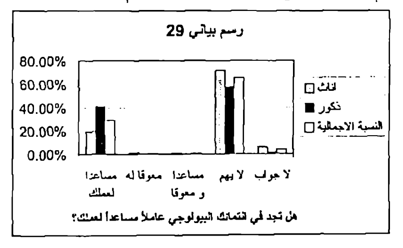


وفي ما اذا كانوا يجدون من خصوصية لعمل كل من المرأة والرجل في

الاقسام التي يعملون بها، كذلك تقدمت الإناث على الذكور في عدم ايجاد هكذا خصوصية (الجداول 148 و149 و150).

في معرض الطلب منهم وصف دور كل من المرأة والرجل في اجتماعات عمل الاقسام، التقى الجنسان على وصف المرأة بانها اكثر مشاركة واحياناً اكثر تلقياً من الرجل، وعلى وصف الرجل بانه اكثر نقاشاً من المرأة (جدول 151).

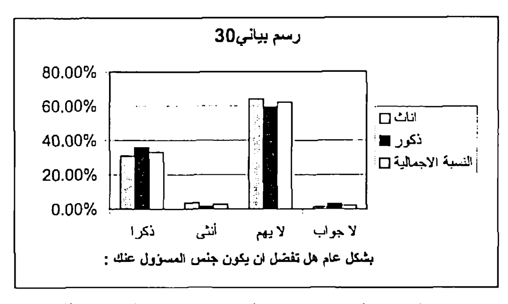
وفي ما اذا كانوا يرون في الانتماء البيولوجي عاملاً مساعداً لهم في عملهم، تفوق الذكور ايضاً على الإناث في ايجاده عاملاً مساعداً بنسبة 40,63% مقابل 19,75% من الإناث، في حين تقدمت الإناث على الذكور في خانة من وجدوا ان ذلك لا يهم 71,60% مقابل 57,81% من الذكور (رسم 29 - جدول 152).



اما كيف يفضلون جنس المسؤول عنهم، فان الإناث تواجدن اكثر من الذكور في خانة من اجابوا لا يهم وهي الغالبية 64,2% مقابل 59,38% من الذكور، وتقدم الذكور على الإناث بنسبة 5% فقط في خانة الذين فضلوا ان يكون المسؤول ذكراً والذين بلغت نسبتهم 32%. اما الذين فضلوا ان تكون المسؤولة انثى فكانت نسبتهم قليلة جداً لا تتعدى ال 4% توزعت على 3,7% من الإناث مقابل 1,56% من الذكور (رسم 30 - جدول153). وهذا ما يؤشر على ان الانثى كمسؤولة لم تزل غير مرغوب بها حتى في اوساط الإناث[74].

---

(74) ست قضايا ضد مسؤولة التلفزيون في مصر سهير الاتربي: «اسمها يتردد كثيراً في مجلس الدولة



في سؤالهم عن العلاقة مع مصدر المعلومات ان كان ذلك اسهل للذكور ام للإناث، نرى كذلك ان الإناث كن اكثر من الذكور ميلاً لتحييد عامل الانتماء البيولوجي واثره في هذا المجال، فهن تواجدن اكثر في خانة من اجابوا «لا يهم» 54,32% مقابل 48,44% للذكور، بينما تواجد الذكور اكثر في خانة من وجدوا ان العلاقة مع المصدر اسهل للإناث 23,44% مقابل 12,35% من الإناث. أما الذين قالوا بانها اسهل للذكور فكانت نسبتهم قليلة جداً توزعت على 4,69% من الذكور مقابل 2,47% من الإناث (جدول 154).

ومن المفيد معرفة الاسباب الكامنة وراء رأي الفئة التي وجدت ان العلاقة مع المصدر اسهل للإناث منها للذكور بشقيها الانثوي والذكوري، ويمكن تلخيص مبررات الإناث كما وردت في الاجوبة وبالاولوية كما يلي: لأن السياسيين يرتاحون للإناث أكثر - لأن المجتمع يحب النساء أكثر - لأن النساء بوابة العبور السريعة - ربما بسبب الوقار المطلوب خلال الحديث مع الانثى. اما مبررات

بعد ان اصبحت متهمة من قبل بعض المذيعات بانها وراء تأخير ترقيتهن، واخريات يمنعن من الظهور على الشاشة، فالاتربي نفسها اصبحت لا تستطيع العمل بهدوء كما تقول بسبب مشاكل المذيعات وكثرة طلبها في القضاء للادلاء بشهادتها، مثلما حدث مع ملك اسماعيل وسلوى عاصم. فالمذيعة سلوى عاصم اصبحت مرفوعة نهائياً من الخدمة وممنوعة من الظهور على الشاشات، لانها اكثر المذيعات اثارة للمشاكل ودخولاً للمحاكم، والسبب هو منعها من الترقية.»
انظر: «الفضائية»، شباط 1999، ص. 35.

الذكور في اعتبار ان العلاقة مع المصدر اسهل للإناث فوردت بالاولوية على الشكل التالي: سبحان الله - انه تهيب الرجال في حضرة النساء - النساء اقدر على العلاقات العامة - الاسباب تعود لنوعية ومستوى الطبقة الحاكمة لدينا - مجتمعنا الشرقي يسهل عمل الإناث اكثر من الذكور - ربما بسبب الوقار المطلوب لدى الحديث مع الإناث.

اما الاسباب الكامنة لدى الفئة التي وجدت ان العلاقة مع المصدر هي اسهل للذكور منها للإناث فكانت لدى الإناث: الظروف تخدم الذكور اكثر - الذكور متفهمون لعملهم اكثر، بينما السبب برأي الذكور يعود لطبيعة البلد.

كانت مبررات الفئة الكبرى التي اجابت ان ذلك لا يهم لدى الجنسين تقريباً متشابهة ويمكن تلخيصها على الشكل التالي: يتوقف الامر على مدى ذكاء الصحفي ومقدرته على جمع المعلومات - عندما تكون هناك حواجز فهي تسري على الجميع إناثاً وذكوراً - تبعاً لاسلوب كل شخص. وتميز الذكور عن الإناث بالقول: من لديه الخبرة بامكانه عمل ما يريد - انه لا يوجد في قسمنا إناث.

ولدى سؤالنا لهم في ما اذا كانوا يجدون اختلافاً بين الجنسين لدى التعامل مع التقنيات الحديثة، نجد ايضاً ان النساء تقدمن على الرجال في عدم وجود اختلاف 62,96% مقابل 51,56% من الذكور، في حين ان الذكور تقدموا على الإناث في ايجاد الاختلاف بين الجنسين سواء من اجابوا بان الاختلاف كبيراً او إلى حد ما (جدول 155).

ولمعرفة نظرتهم إلى المتلقي بالعلاقة مع الانتماء البيولوجي حاولنا ان نسألهم بطريقة غير مباشرة: بشكل عام من تجدون اسهل للاقناع المرأة ام الرجل، اجابت نسبة 63,45% ان ذلك «لا يهم» مع تقدم النساء بنسبة 5%، والذين وجدوا ان المرأة اسهل اقناعاً من الرجل فبلغت نسبتهم 8,28% مع تقدم الرجال على النساء في اعتبار ذلك بنسبة 2%. أما نسبة الذين وجدوا ان الرجل اسهل للاقناع فقط فكانت 3,45% توزعت مناصفة بين الجنسين، بينما ارتفعت نسبة اللاجواب فبلغت 24,83% (جدول 156).

وفي ما اذا كانوا يجدون تمييزاً في الراتب تبعاً للانتماء البيولوجي، اجابت

الغالبية الكبرى68,97% بالنفي مع تقدم الذكور على الإناث بنسبة 3%، بينما بلغت نسبة الذين وجدوا تمييزاً في الراتب تبعاً للجنس 22,76% مع تفوق للإناث في ايجاد ذلك بحوالي 7% (جدول 157). أما لمصلحة من يجدون هذا التمييز، فرأت الإناث انه لمصلحة الرجل اولاً، في حين وجده الذكور لمصلحة الرجل اولاً.

ورداً عن سؤالنا لهم عن المواصفات التي يجدون انه مطلوب توفرها لديهم كإعلاميين، تقدمت الإناث على الذكور في ايراد المواصفات التالية: الشكل، الخبرة، الثقافة، سرعة البديهه، عدم الخوف، في حين تقدم الذكور على الإناث في ذكر ما يلي: الشهادة، القدرة على الابداع، الحضور، تجديد المعلومات (جدول 158).

11 ـ الإعلاميون والإعلاميات وموقفهم من المراة كإعلامية وكموضوع

1.11 ـ صورة المرأة الإعلامية الحالية في اذهان الإعلاميين

وجد الذكور اكثر من الإناث ان الفرق كبير بين الجيلين السابق والحالي من النساء

وفي محاولة لمعرفة كيف ينظر الإعلاميون، نساء ورجالاً، إلى مسألة التغيرات التي طرأت على وضعية المرأة بشكل عام من خلال نظرتهم إلى الإعلاميات الزميلات او من خلال نظرة الإعلاميات انفسهن إلى ذواتهن بالمقارنة مع جيل النساء السابق لهن، طرحنا عليهم سؤالاً هل يجدون فرقاً بين الجيل السابق الذي تمثله الامهات وبين الجيل الحالي الذي تمثله الزميلات، فكان ان اجابت نسبة 55,86% بان هناك فرقاً كبيراً بين الاثنين مع تقدم الذكور على الإناث في ملاحظة ذلك 57,81% مقابل 43,21% من الإناث، في حين بلغت نسبة الذين وجدوا فرقاً إلى حد ما 28,28% مع تقدم للإناث على الذكور 35,80% مقابل 18,75% للذكور. بالإضافة إلى ذلك يُلاحَظ ضآلة نسبة الفئة التي لم تجد فرقاً بين الجيلين البالغة 1,38%، مقابل ارتفاع نسبة اللاجواب البالغة 14,48% (جدول 159).

الإناث وجدن اكثر من الذكور بان الاختلاف هو نحو الافضل

في ضوء اعتراف الغالبية بوجود الاختلاف بين الجيلين، رأينا من الاهمية معرفة كيف يصنفون هذا الاختلاف نحو الافضل ام نحو الاسوأ، فتبين لنا ان الذين رأوا ان الاختلاف هو نحو الافضل توزعوا على 37 امرأة و24 رجلاً، بينما الذين رأوه سائراً نحو الاسوأ فتوزعوا على 16 رجلاً و9 نساء. باختصار نظرت النساء اكثر من الرجال إلى وضعيتهن الحالية نظرة ايجابية معتبرات ان ذلك يعد تحسناً نحو الافضل مقارنة مع الجيل السابق.

2.11 ـ التلفزيون وصورة المرأة من وجهة نظرهم كإعلاميين

الإناث اكثر اعتقاداً من الذكور بأن التلفزيون اضاف الكثير إلى صورة المرأة السابقة التي كانت تمثلها الوالدة

ورداً على سؤالنا لهم: هل تجدون ان التلفزيون ساهم في اضافة اشياء جديدة إلى صورة المرأة التي كانت تمثلها الوالدة؟ كان الذكور اكثر اعتقاداً من الإناث بان التلفزيون اعاد انتاج تلك الصورة بمعنى انه لم يضف اليها جديداً 34,38% مقابل 18,52% من الإناث. بالمقابل كانت النساء اكثر اعتقاداً من الرجال بان التلفزيون اضاف الكثير إلى صورة المرأة السابقة 23,46% مقابل 18,75% من الذكور، وتقدمن أيضاً على الذكور بالقول انه اضاف إلى حد ما اشياء جديدة إلى الصورة السابقة بنسبة 40,47% مقابل 23,44% من الذكور. أما نسبة اللاجواب فبلغت 20% (جدول 159).

وتمثلت برأي الإناث الاضافات الجديدة ايجابياً بالابعاد التالية وبالاولوية: المرأة الواعية – المفكرة – الجريئة – العاملة – ابراز جوانب المفاتن والاغراء – المرأة العصرية – المرأة المتساوية مع الرجل. وتمثلت برأيهن الاضافات سلباً بالابعاد التالية: نقل تصرفات المرأة الاجنبية – التخلي عن التقاليد الشرقية – الاخذ بالمرأة نحو الهاوية.

اما الذكور فتمثلت برأيهم الاضافات في الابعاد التالية وبالاولوية: ابراز جوانب الاغراء والمفاتن – المرأة الواعية – المفكرة – المتحضرة – المتحررة – الانسان بطبعه يتطور – العصرية – تقليد الاجنبي – ابراز حقوق المرأة في الشرع الإسلامي.

3.11 ـ التعامل مع المرأة كموضوع

صرح الذكور اكثر من الإناث ان لديهم وجهة نظر خاصة بالمرأة

وفي ما اذا كانت لديهم وجهة نظر خاصة بالمرأة، اجابت نسبة38,62% بالايجاب مع تفوق لصالح الذكور 46,88% مقابل 32,10% للإناث، والذين اجابوا بالنفي بلغت نسبتهم 29,66% توزعوا على 34,57% من الإناث و23,44% من الذكور، في حين بلغت نسبة اللاجواب 31,72% بتفوق لصالح الإناث 33,33% مقابل 29,69% للذكور.

اما كيف تم ابراز وجهات النظر هذه في العمل، فالملاحظ تقدم الذكور على الإناث في ذكر الاساليب التالية: اقتراح مواضيع تخص المرأة 20,31% مقابل 13,58% للنساء- الحماس للبرامج التي تهم النساء 20,31% مقابل 13,58% للنساء- اجراء مقابلات مع نساء مميزات 18,75% مقابل 12,35% للإناث- التركيز على الامور الخاصة بالنساء 20,31% مقابل 8,64% من الإناث- ابراز وجهات نظر انثوية 17,19% مقابل 8,64% للنساء- التعامل مع النساء بشكل مختلف عن الرجال 15,63% مقابل2,47%- ابراز مفاتن النساء 7,81% مقابل 1,23% (جدول161).

مالت الإناث اكثر نحو ابراز المرأة الواعية المفكرة المتحررة الجريئة المتحضرة

مال الذكور اكثر نحو ابراز صورة المرأة الانيقة الجميلة الخجولة المغرية التقليدية

إن الصورة التي رسمها المجتمع والتي عززتها الثقافة لكل من الجنسين، والتغيرات التي تتعرض لها بين الفينة والاخرى بدفع احياناً من الظروف واحياناً من المرأة نفسها، تبدو امامنا اكثر وضوحاً خصوصاً في ردهم على سؤالنا حول الصورة التي حاولوا هم انفسهم تقديمها عن المرأة وبالاولوية، اذ بدت محاولات الخرق للصورة المنمطة آتية هذه المرة من الإناث انفسهن، فهن تقدمن على الذكور في قولهن انهن يحاولن تقديم الصور التالية عن المرأة: الواعية - المفكرة - الجريئة - المتحررة - المتحضرة، بغض النظر طبعاً كيف يحددن كلاً من هذه الصور، في حين ان الذكور تقدموا على الإناث في ذكرهم محاولات تقديم صور مختلفة عن المرأة وبما يتناسب مع المحددات الاجتماعية الثقافية لدورها كامرأة:

الانيقة - الجميلة - البسيطة - المغرية - الخجولة - التقليدية (جدول 162).

12 ـ مؤشرات ارتفاع نسبة اللاجواب رداً على العديد من الاسئلة

تعدى اللاجواب نسبة ال50% رداً على الاسئلة التي دارت حول الدخل - الموقع في التراتبية داخل الاقسام التي يعملون بها - تأثيرات الانقطاع عن العمل على العمل ذاته - خبرات رئيس القسم العلمية - الاسباب التي تحدوهم للموافقة على سياسة المؤسسة التي يعملون بها - السبب الكامن وراء شعورهم بالملل اثناء العمل.

اما نسبة اللاجواب التي تعدت ال 30% فكانت في معرض الرد على الاسئلة التي تمحورت حول اسباب الترقي في العمل - التقديمات في ما اذا كانت تطال الجميع - العوائق التي تحول دون ممارسة العمل بشكل افضل - تأثيرات العمل على الحياة الخاصة والعائلية - المؤهلات العلمية لرئيس القسم - الفرق في العمل بين المحطات الارضية والفضائية - سماح المؤسسة بالعمل النقابي - هل لديهم وجهة نظر خاصة بالمرأة - تحديد دور كل من الرجل والمرأة في اجتماعات عمل الاقسام - في ما اذا كانوا يقبلون ببعض الممارسات الصحفية كمثل التخفي او سرقة المعلومات او التحرش او القبول بالتحرش - المجال المفضل لعمل ابنائهم مستقبلاً.

اما نسبة اللاجواب التي تعدت الـ 20% فكانت رداً على الاسئلة التي دارت حول: الرغبة في الانتقال للعمل في مؤسسة اخرى - النقابة والموقف منها ومن الانتساب اليها - العمل الحزبي - من يتولى حضانة الاولاد اثناء العمل - حول بعض الممارسات الصحفية - حول الجمهور- العلاقة مع المصدر.

وفي محاولة لمعرفة كيف توزعت نسبة اللاجواب المرتفعة على كل من الجنسين، وهل من اسباب كامنة وراء عدم الاجابة تعود لكل منهما، نجد ان الذكور تقدموا على الإناث في التمنع عن الاجابة عن الاسئلة التالية: الدخل الشهري للزوجة- هل تجد ان زملاءك الذين لديهم المؤهلات نفسها يتقاضون الراتب نفسه- هل تسبب لك السرعة في العمل توتراً- توزع العاملين في القسم تبعاً للجنس- تحديد دور كل من المرأة والرجل في اجتماعات العمل - سبب

الشعور بالملل- التوزيع الطائفي للعاملين- التعرض لضغط معين - كلفة العمل - اسباب الموافقة على سياسة المؤسسة.

تقدمت الإناث على الذكور في الإحجام عن الاجابة عن الاسئلة التالية:

الفرق في العمل بين المحطات الفضائية والارضية- اسباب الترقية- توقع الاستمرار في العمل - محاولة خرق القوالب - كيف تجد الجمهور المتوجه اليه - النقابة والسماح بالعمل النقابي - الموقع في التراتبية - خبرات رئيس القسم العلمية - نقد المؤسسة - الاولويات في العمل الإعلامي - سلبيات وايجابيات الإعلام المتلفز - الرأي ببعض الممارسات الصحفية - ماذا تفعل في اجتماعات عمل الاقسام - التقديمات هل تطال الجميع - تأثيرات العمل على الحياة الخاصة والعائلية - العلاقة مع المصدر - الحاجة إلى التدريب - عدد ساعات العمل يومياً.

ـ V ـ

الاستنتاجات

بناء على ما تقدم يمكننا استنتاج ما يلي:

أولاً، على صعيد الاوضاع الاجتماعية،

بدت الإعلاميات، من خلال هذا الاستبيان، اصغر عمراً، اكثر عزوبية، اقل انجاباً، اعلى في المستوى التعليمي من الذكور. كذلك حاز جبل لبنان على المرتبة الاولى كمكان لولادة الإعلاميات تلته بيروت فالنبطية فالجنوب اللبناني، ثم بنسب بسيطة جداً البقاع والشمال. والملاحظ ان الإعلاميات اللواتي ولدن في بيروت ومن ثم في الجنوب تفوقن عددياً على الذكور. وتفوقت الإعلاميات المنتميات إلى الطائفة المارونية على الذكور، وتساوت تقريباً نسبة الإناث والذكور الشيعة. وهذا ما يؤشر على بعض من المعايير المتبعة لدى المحطات في توظيف الإعلاميين والإعلاميات[75] انطلاقاً من الدور المطلوب من كليهما لعبه، وانطلاقاً من الانتماء الجغرافي الطائفي السياسي لمالكي المحطات، ومن الظروف المعيشية والسكنية والاجتماعيةو الانتماءات الطائفية والسياسية للإعلاميين انفسهم.

ثانياً، العلاقة المتبادلة بين حياة الإعلاميين العائلية ومهنتهم،

الملاحظ ان هذه المهنة كانت لها مؤثرات سلبية على حياة الإناث العائلية اكثر

---

(75) «لا تطبق المعايير نفسها لدى التوظيف ولا لدى التصنيف على النساء والرجال، المرأة يجب أن تكون جميلة شابة، من دون الاخذ في الاعتبار خبرتها، نضجها، تجربتها وثقافتها، لذا هي أقل وصولاً في الترقية إلى مواقع القرار. باختصار تترجم الممارسات التمييزية ضد المرأة في التعيين والراتب والترقي. أنظر Michele Martin, op.cit., p. 162

منها على الذكور، رغم ان عائلاتهن كانت بجزء كبير دافعاً لهن لولوج هذا العمل (الاهل يعملون في المهنة نفسها- انها رغبة الآباء). وكذلك كانت مراهنة الإعلاميات على هذه المهنة اكبر بكثير من مراهنة الإعلاميين، اذ انتظرن منها الكثير، وعبرن عن حماسهن للزواج من إعلامي اكثر مما عبر الذكور عن حماسهم للزواج من إعلامية، طمعاً منهن في التفاهم على جميع الصعد، وظناً من بعضهن ان الإعلامي كزوج بامكانه ان يفهم جنونهن للعمل. بالمقابل رأت الإعلاميات اللواتي فضلن عدم الزواج من إعلامي انه من النادر الالتقاء برجل شرقي يفهم طبيعة عمل الإعلامية حتى ولو كان إعلامياً. في المقابل، كان الذكور اكثر واقعية في حماسهم او في عدمه للزواج من إعلامية، فالذين تحمسوا قالوا ببساطة من اجل التفاهم، والذين لم يتحمسوا اجابوا بارتياح: ان هذا العمل غير مناسب لربة المنزل كونه يستغرق وقتاً طويلاً، وكون عمل الزوجين في المجال نفسه مجلبة للمشاكل.

ثالثاً، تفسيرهم للعوامل الكامنة وراء حصولهم على العمل،

اولى الذكور اهتماماً اكبر لبيئة العمل (العامل الطائفي، العامل السياسي، ظروف الحرب، مصلحة المؤسسة، رابطين خبراتهم بمصلحتها). اما الإناث فكان تركزيهن اكثر على العوامل الذاتية التي لها علاقة بالاختصاص، معرفة اللغات، جمال الشكل، وعلى الامور العائلية (المعارف والاصدقاء - وراثة المهنة عن الاهل).

رابعاً، في ما يرمون اليه من جراء اختيارهم لهذه المهنة،

كانت مروحة توقعات الإناث من المهنة اوسع بكثير من تلك التي للذكور وحملت معها العديد من الامنيات العائدة ايضاً للذات كمثل توخي المزيد من الثقافة، من العلاقات الاجتماعية، من التحرر، التقرب من اصحاب القرار، الشهرة، تشجيع الاهل واخيراً عدم وجود بدائل في سوق العمل، في حين اورد الذكور الامور التالية: الهواية، المردود المعنوي والمادي. ان انطلاقة الإناث من الذات لولوج العمل والمراهنة على تحقيقها من خلاله يعني ان هناك نوعاً من تصور لعلاقة ذاتية مع العمل فيها تغييب ما لبيئة هذا الاخير او لامتداداته في

المجتمع، او قد يعني ذلك ان المرأة بشكل عام ربما لم تتمكن لغاية الآن من حبك علاقة موضوعية او واقعية بينها وبين عملها بمعنى الخروج إلى العام والتفاوض معه بلغة العام، بمعزل عن الخاص ذاك الحيز الذي حجزت فيه لقرون عديدة والذي ما زال جزء من مخيلتها مسكون بداخله. فعلى الرغم من خروجها الفعلي إلى الحيز العام ما زالت تتخاطب معه بلغة الخاص او بالاحرى ما زال العام ينظر اليها من زاوية الخاص.

خامساً، الشعور بالاستقرار في العمل،

تبين انه لما كانت النساء كما بدا من تحليل الاجوبة اكثر حداثة في العمل من الذكور، واكثر تواجداً في الاقسام القليلة العدد، وفي مجالات الارشيف والسكرتاريا والعلاقات العامة والترويج والتسويق والتقديم، واقل اجراء لعقود العمل، واكثر تواجداً في العقود المؤقتة او تلك التي تجرى بالقطعة. ولما كانت ايضاً اقل قياماً باعمال اضافية داخل المؤسسة من الرجال، حتى وان كن اكثر مشاركة في البرامج الفضائية منهم[76]، فانه من الطبيعي ان يكن اكثر سعياً من الرجال إلى تغيير نوعية عملهن او إلى الانتقال والعمل في مؤسسة اخرى، لانهن رأين اكثر منهم ان عملهن غير مناسب لهن وانهن يهدفن من وراء تغييره إلى خلق اوسع. ويتمثل العمل المناسب لهن برأيهن في المجالات التالية: تقديم برامج منوعة، عمل مقدمات او معدات برامج ومقدمات لها. اما الذكور فسعيهم إلى

---

(73) «ان الذي يحصل في محطات التلفزة يتحدد في جزء كبير منه من المالكين والمعلنين والدولة ان كانت تؤمن مخصصات لهذه المحطات». انظر:

Bourdieu, "Sur la television", op.cit., p. 13.

«لا يقع اللوم فقط على هؤلاء المقدمات (رزان، يمنى، كارلا) ومثيلاتهن الكثيرات، بل ان المسؤولين عن الشاشات الصغيرة والبرامج يتحملون جزءاً غير يسير من قضية هذا «الانحطاط». فالفتيات هؤلاء لم يطللن اطلالات مماثلة الا بعد موافقة المسؤولين وبتحريض منهم، ومعظم المسؤولين في مثل هذه المواقع يظنون ان الجمهور العربي يميل إلى البرامج الخفيفة جداً او السخيفة، وانه يرفض اي برنامج جدي، وهم هكذا يحكمون مسبقاً على الجمهور وعلى ثقافته، متناسين ان الجمهور العربي بات في مقدوره ان يشاهد الشاشات العالمية التي مهما تواطأت اعلانياً تظل تحترم جمهورها وتحرص على ذائقته وثقافته.» انظر: عادل وهبي، «الحيا»، مرجع سبق ذكره.

تغيير عملهم كان من اجل العمل في ادارة البرامج وانتاجها لتكون شركتهم سباقة على حد تعبيرهم، او اعداد واخراج برامج خاصة بهم، او العمل في الملفات المحلية. والملاحظ ان هذا السعي إلى تغيير العمل كما يتمناه هؤلاء الإعلاميون يعيد إلى حد ما انتاج التقسيم الحاصل بالاصل في المؤسسات والقائم على ان القرار والتفكير والاعداد للرسالة اي ترميزها هو من اختصاص الرجل، وحملها وتقديمها هو من اختصاص المرأة. ومن الطبيعي ايضاً ان يراودهن الشعور بعدم **الاستقرار اكثر من الرجال**، فعدا عن ان بعضهن لم يجر عقداً للعمل او ان عقدهن مؤقت، فإن عدم الاستقرار هذا نابع ايضاً من خوفهن من التقلبات التي قد تحصل على صعيد المؤسسة سواء كان السياسية منها او الاقتصادية والتي قد تنعكس عليهن قبل غيرهن كونهن مرتبطات بالمؤسسة من خلال الاشخاص، وكون عملهن لا يتناسب مع طموحاتهن، وبسبب ما يشهدنه من عدم انصاف في التعامل معهن؛ **فهناك نوع من عدم الاحساس بحاجة المؤسسة إلى عملهن**. بينما عبر الذكور عن عدم شعورهم بالاستقرار بشكل مغاير فيه نوع من الثقة بالنفس واعطاء قيمة ما لعملهم، قائلين ان شعورهم هذا نابع من كونهم يطمحون نحو الافضل وبسبب طبيعة عملهم وارادة العمل الحر لديهم.

سادساً، في متاعب العمل،

تبين لنا ان النساء اثناء ممارسة العمل لا تقل جدية عن الرجال[77]، فهن يعملن ويداومن مثلهم ان لم يكن اكثر منهم، يأتين متأخرات إلى العمل اكثر من الرجال انما يتغيبن عنه اقل، وينقطعن عنه اكثر. ويعود سبب الانقطاع اما لاسباب عائلية كالولادة والزواج واما لاسباب خاصة كالمرض واما لاسباب لها علاقة بسوء التفاهم مع المسؤول. و الملاحظ انه في حين اعتبر الذكور ان عملهم مريحاً خصوصاً وانهم اعتادوا عليه، وجدته الإناث مملاً ومتعباً. والمفارقة ان الرجال

---

(77) بعكس ما هو شائع، غالباً ما تعمل النساء أثناء العطل وباكراً في الصباح، في أوقات يرفض الرجال العمل أثناءها، لأنه من الصعب على النساء أن يقلن لا، عن وعي أو غير وعي، هن يتجنبن بأن لا يتهمن بأنهن لا يعملن كالرجال، وبأنهن لسن صحافيات فعليات، مهنتهن قبل أي شيء. انظر:
Femmes et Medias, op.cit., p. 49.

صرحوا ان السرعة في العمل تسبب لهم القلق، في حين ان النساء رأين انها تسبب لهن التوتر من ناحية والنشاط من ناحية ثانية. بالاجمال كانت **المتاعب الآتية من جراء العمل بالدرجة الاولى صحية ونفسية لدى النساء، بينما كانت لدى الذكور اجتماعية عائلية**. لكن الملاحظ ان المتاعب العائلية لم تذكر من قبل النساء بالدرجة الاولى كما هو متوقع. ولا ندري هنا ان كان ذلك يعود إلى محاولات النساء المستمرة لاثبات وجودهن واثبات للآخرين بانهن قادرات على عمل كل ما يطلب منهن وانهن جديرات بذلك، وانكار ان الاهتمام بالعائلة يحول بينهن وبين ممارسة عملهن بشكل افضل وبراحة اكبر. وربما محاولات النساء المستمرة لطمس مشكلة التوفيق بين اتمام **العمل** كما يجب والاهتمام بالعائلة كما يجب كانت وراء حلول المشاكل الصحية والنفسية في المقام الاول.

سابعاً، التدرج واكتساب المهارات في العمل،

على الرغم من تفوق الذكور على الإناث في استخدام التقنيات الحديثة في العمل ومن ايجادهم سهولة اكثر في التعامل معها، **فان الإناث كن اكثر انكاراً من الذكور لوجود مشكلة من هذا النوع**. وعلى الرغم من خضوع الذكور لدورات تدريبية اكثر من الإناث، فإنهم رأوا انهم بحاجة إلى المزيد من التدريب، واللافت ان مواضيع الدورات التي شارك فيها هؤلاء الإعلاميون توزعت على النساء والرجال بشكل يعمق المجالات التي نحا كل منهما بالاصل نحوها، فكانت مواضيع دورات النساء بالاولوية: برامج الاطفال، الاداء، الالقاء، الكمبيوتر، المونتاج، الاخراج، بينما كانت مواضيع دورات الرجال بالاولوية: اخراج، صحافة، مراسل، تقنيات وكومبيوتر. مما يعني اعطاء الرجال اهمية اكبر لمسألة التأهيل المهني المستمر خصوصاً لناحية الاستقرار والتدرج الوظيفي. وهذا ما بدا لنا على صعيد الترقي. **فالنساء اقل تواجداً من الرجال في المواقع الاولى، واقل حصولاً على الترقية**. إذ كانت الترقية الموقعية اكثر لصالح الرجال، في حين حصلت النساء اكثر على ترقيات مادية. ازاء هذا الوضع، لاحظنا اختلافاً بين النساء والرجال في تفسير اسباب الترقي او عدمه، او عدم امكانية تخطي السقف المرسوم له. رأت النساء الترقي عائداً للعلاقات الخاصة مع المسؤول ودرجة

القرابة معه، ورأت اسباب عدم الترقي في محدودية المجالات التي يعملن فيها، وهذا ما تبنياه، فهن يعملن اكثر من الذكور في الاقسام القليلة العدد، وفي طبيعة العلاقات الشخصية، والملاحظ ان عدداً قليلاً منهن نسب ذلك إلى غياب الانتماء السياسي لدى الإناث. اما في موضوع عدم امكانية تخطي السقف، فنسبن ذلك اما إلى نوع العمل واما إلى اعتقادهن ان ذلك حكر على الصحافية التي تملك داراً للازياء، اضافة إلى ان هناك من فضلن عدم الخوض في هذا الموضوع. في المقابل رأى الذكور ان اسباب الترقي تكمن في توفر المؤهلات والخبرة، وفسروا عدم الترقية باسباب موضوعية تعود إلى حداثة العمل وطبيعته، وعدم امكانية تخطي السقف تعود برأيهم للطائفية والسياسة.

كما أن الإناث نسبن وصول البعض سريعاً إلى المراتب العليا إلى النفاق الذي يتميز به بعض الذكور، و إلى الاغراء والعلاقات الخاصة مع المسؤول الذي تمارسه بعض الإناث، في حين عزا الذكور الوصول السريع إلى المراتب العليا إلى الظروف والتدخلات السياسية او إلى اجتهاد من وصل بسرعة. ويمكننا ان نستنتج من خلال آراء الجنسين في هذا الموضوع ان الذكور اولوا الاهمية للحصول على الترقي اما لعوامل موضوعية لها علاقة بالخبرة والمؤهلات في العمل واما لعوامل سياسية كالوساطات الطائفية والسياسية، في حين ركزت الإناث على العلاقات الخاصة والشخصية مع المسؤول سواء كان ذلك تملقاً من قبل الذكور او اغراء من قبل الإناث.

ثامناً، في المردود المادي للعمل،

ايضاً لم تول الإناث اهمية كبرى للعامل المادي فهن وجدن اكثر من الذكور انصافاً في رواتبهن، على الرغم من انهن تفوقن على الذكور في ايجاد تمييز في الراتب عائد للانتماء البيولوجي، ولمصلحة الذكور. وأتى تفسيرهن للتمييز في الراتب بين الاشخاص الذين لديهم المؤهلات نفسها مشابهاً لتفسير الذكور، والقائل بأن ذلك يعود اما إلى نوعية العمل واما إلى العلاقات الخاصة مع النافذين في الادارة. كذلك فيما يتعلق بعدم المساواة في التقديمات ونوعيتها، تبين ان التقديمات للإناث المتمثلة ببدلات تزيين الشعر واللباس والضمان الصحي يمكن

تصنيفها في خانة الاستهلاك، ولا يمكن اعتبارها ضماناً لهن على المدى الطويل، في حين اتسعت مروحة التقديمات للذكور لتشمل المنح التعليمية لاولادهم، شهرين اضافيين، تأمين على الحياة، مكافآت كل 3 اشهر، بدل سفر. والملاحظ ان الإناث فسرن عدم المساواة في التقديمات بامور تعود اما لنوعية العمل، واما لطبيعة عقد العمل وما يتضمنه، واما لمفاهيم متغلغلة في اذهان القيمين على المؤسسات انطلاقاً من اعتبارهم ان الرجل هو رب العائلة وان المرأة تتبع زوجها. اما الذكور فنسبوا عدم المساواة هذة إلى التدخلات السياسية والى مساوئ النظام الطائفي السياسي. وكان في ذلك محاولة من الذكور لربط الخلل الحاصل في المؤسسات بالنظام السياسي الذي ولدت هذه المؤسسات من رحمه.

تاسعاً، في تقييمهم لعملهم وظروفه وأفقه

كان الذكور اكثر كلاماً في العموميات واكثر تآلفاً من الإناث مع ما يسمى بوهم الحياد والموضوعية في الإعلام، اذ وجدوا ان ذلك متوفر في عملهم إلى حد كبير، بينما كانت الإناث اكثر واقعية فوجدنه اكثر متوفراً الى حد ما. ايضاً **شعرالذكور اكثر بالضغوط الآتية من مصالح المؤسسة المادية، ومن الرقابة الذاتية، بينما شعرت الإناث اكثر بالضغوط المتأتية عن الجو السياسي العام، او الآتية من الرئيس المباشر في العمل، او من العائلة**. والفرق هنا بين الجنسين ان الذكور يمارسون رقابة ذاتية انطلاقاً من مصلحة المؤسسة المادية، في حين أن الإناث كن مشتتات بين الجو السياسي العام والرئيس المباشر والعائلة. ويتبين ثقل الضغوط بشكل مباشرعلى الإناث عندما نلاحظ اولوية تحديدهن لمصادرها المتمثلة اولاً بالمسؤول المباشر وثانياً بكثرة العمل، وثالثاً بالسياسة السائدة، ورابعاً بطريقة التفكير السائدة، في حين اعطى الذكور الاولوية لكثرة العمل ثم لتحكم رأس المال ثم للمسؤول المباشر، فطريقة التفكير السائدة، واخيراً الوضع السياسي. بشكل عام لم تول الإناث اهمية تذكر للعامل المادي في هذا المجال.

أما عوامل النجاح والاخفاق في العمل فحصرها الذكور في الخبرة بينما رأتها الإناث في الشكل الحسن والهندام الجيد وعمر الشباب. وتبدو الفروقات بين الجنسين في هذا المجال كأنها نتيجة للمعايير المتبعة في هذه المؤسسات لدى

توظيف كليهما او ربما تكون نتيجة وسبباً بآن معاً[78].

وفي البحث عن الاخفاق واسبابه وردود الفعل عليه لدى الجنسين، **كانت الإناث اقل اعترافاً من الذكور بحصوله**، وربما يعود ذلك اما لتصور مثالي عن العمل في اذهان الإناث، واما لمحاولاتهن اثبات وجودهن من خلال حرصهن على تقديم الامثل، وعدم الوقوع في الخطأ، والسعي الدؤوب إلى التسامي. وكان السبب بالنسبة للواتي اعترفن بحصوله الاهتمام بالاولاد، اما بالنسبة للذكور فكان الضغط السياسي العام. وتمثلت ردود الفعل عليه لدى الإناث بتغيير المصادر ولدى الذكور بتحسين العلاقات مع المسؤولين والتفلت من العادات والتقاليد. والتقى الجنسان على القول بالعمل على تطوير الذات وتغيير الشكل او الانسحاب من العمل، علماً ان كلاً من الجنسين، لدى البحث عن الاسباب، لم ينسب الامر إلى أسباب ذاتية. يمكننا ان نستشف من كلامهم في هذا الموضوع ان السبب في اخفاق عمل الإناث احياناً يعود اما لعدم توفر الوقت للاهتمام بالعائلة وبالعمل معاً وعلى قدم المساواة، واما لسوء علاقة مع مصادر المعلومات، وسبب فشل الذكور عائد اما لعدم وجود علاقة جيدة مع المسؤولين السياسيين، واما لسبب رضوخهم للعادات والتقاليد.

ايضاً تبين ان الإناث اقل جرأة من الذكور في خرق القوالب المعهودة في العمل الإعلامي وكان المشجع لدى الإناث، في حال حصل خرق ما، الزملاء والتقدم الحاصل، بينما فسر الذكور ذلك بحبهم للعمل وبضميرهم المهني ولتحسين سير العمل وبسبب تشجيع مديريهم. . مما يجعلنا نستنتج ان الذكور باتوا يتقنون لغة دبلوماسية تشبه إلى حد ما لغة السياسيين فيها ابراز لذواتهم واعطاء قيمة لعملهم انطلاقاً من ربطه مباشرة بمصلحة المؤسسة. لذا اعلنوا عن تقديمهم لتضحيات في عملهم اكثر من الإناث والتي تجلت في اوجه عديدة منها: المخاطرة

---

(78) في حين يطلب من الرجال أن تكون لديهم شخصية قوية، يُطلب من النساء طمس شخصيتهن بالثياب والماكياج والمواقف النسوية المضحكة (بسمة مفتعلة واحياناً من دون سبب، صوت عذب) عدا عن أن عملهن يتم تقييمه من قبل زملائهن الرجال، فهن خاضعات إلى مقاييس ذكورية في الصحافة.

Michele Martin, op.cit., p. 165.

بالحياة، الاختلاف مع الزملاء وتوتر العلاقةمع المسؤولين، في حين تجلت **تضحية الإناث في الاختلاف مع الشريك**. ومن المفيد الاشارة إلى انه ربما كون مردود هذه التضحيات مفيداً للذكور اكثر منه الإناث، فمن خلال المخاطرة وتوتر العلاقات مع الآخرين يمكن للمرء ان يكتسب مهارات في تلافي المخاطر وفي التفاوض والتواصل مع الآخرين، مما يمكّنه من تعزيز وضعه من جديد. أما الاختلاف مع الشريك فلا يضيف اية خبرة إلى العمل بل ربما يزيده ارباكاً.

وبدا الفرق بينهما واضحاً في تحديد كلفة العمل، اذ حددتها الإناث في المرتبة الثانية بالنفسية بينما حددها الذكور بالمادية. كذلك بدا الفرق في تحديد مردود العمل فرأت الإناث ان العمل زادهن خبرة وجمالاً وعزز مكانتهن الاجتماعية، بينما رأى الذكور ان عملهم اكسبهم ثقة بالنفس ووثق علاقتهم بالمسؤولين وزادهم ثقافة.

لذلك كانت الإناث اكثر سعياً من الذكور إلى تغيير نوعية العمل والذي تمثل لديهن كما رأينا بالتقديم والبرامج المنوعة، بينما اجاب الذكور بانه ليس المهم نوع العمل بقدر ما هو مهم ان يأتي الرجل المناسب في المكان المناسب، وانهم يطمحون لتولي ادارة البرامج والانتاج ليس لمصلحتهم بقدر ما هو لمصلحة الشركة لتكون سباقة، عدا عن طموحهم للعمل في الملفات المحلية، وهنا نشير إلى ان طموح الذكور للعمل في الملفات المحلية ليس اعتباطياً انما بغية الامساك بها، ففيها منفذ لعلاقة ندية مع المسؤولين. **والوسائل الفضلى لتغيير العمل رأتها الإناث في الاتيان بمدير مسؤول يقدّر الشهادة ويصدق بوعده**، اي بمعنى آخر رأتها في الارتباط بالاشخاص، **اما الذكور فرأوها في تصحيح بنيوي للمؤسسة يتمثل في الاتيان بالرجل المناسب في المكان المناسب.**

والملاحظ ايضاً في تحديدهم لغائية عملهم ان الإناث حددن ذلك بالعلاقة مع الذات، فقلن بصراحة **انهن يسعين من خلال عملهن إلى تحقيق الذات** والشهرة والتحرر، بينما حددها الذكور بامور لها علاقة اما بالمهنة واما بالوضع السياسي العام، فقالوا **ان غائيتهم تتمثل بالتطوير المهني** وافادة الجمهور ومعرفة ما يجري والتقرب من المسؤولين.

عاشراً، الانخراط في العمل السياسي والاجتماعي والنقابي،

حملت اجوبة الذكور وعياً اكثر من أجوبة الإناث لتشابكات اللعبة الإعلامية مع السياسة ومع المصالح المادية. وكمثال على ذلك رأينا ان النساء اقل انتساباً إلى العمل النقابي واقل اقتناعاً بجدواه، وكانت صورة النقابة اكثر سلبية في اذهانهن من صورتها لدى الذكور الذين كانوا اكثر منهن ايماناً بضرورة الانتساب اليها. وكانوا أيضاً اكثر اطلاعاً من الإناث على القوانين المنظمة للعمل الصحفي في لبنان. نتج عن ذلك اتساع مروحة توقعات الذكور من النقابة مقارنة بالإناث اللواتي حصرن دورها بالحفاظ على الحقوق والحماية والعمل على تثبيت المتعاقدين، بينما مدّ الذكور توقعاتهم منها نحو المزيد من الاستفادة من التقديمات المادية والتعويضات الاستثنائية ونحو التعريف بالصحافيين. وهذا ما يدل على اقتناع الذكور اكثر من الإناث باهمية دور النقابة في تعزيز هوية الصحافي ودعمه مادياً ومعنوياً، والاهم من ذلك انهم قالوا ان النقابة تشجعهم على التجرد في العمل وعدم الدخول في المتاهات السياسية. وهذا ما يؤشر على بذور وعي لديهم لاهمية ان تشارك النقابة من خلال منتسبيها في وضع اخلاقيات للمهنة.

وكمثال آخر معبّر ايضاً عن تشابك مهنة الإعلام مع السياسة ومع المجتمع عند الذكور اكثر منه لدى الإناث، بدا من خلال عدم انتساب الإعلاميات إلى الاحزاب السياسية او على الاقل من خلال عدم تصريحهن بذلك. كذلك كن اقل انتساباً إلى الجمعيات من الإعلاميين، إذ لم نصادف اية إعلامية منتسبة إلى اي من الجمعيات النسائية. ومن الطبيعي انهم عندما سئلوا عما اذا كانوا يجدون دورهم في المجتمع فعالاً، وجد الذكور في دورهم فعالية اكثر من الإناث.

حادي عشر، على صعيد ممارستهم للمهنة،

تبين لنا ان انكفاء الإناث عن العمل السياسي وضعف انخراطهن في المجتمع انعكس بشكل كبير على طريقة ممارستهن للمهنة الإعلامية مقارنة بممارسة الذكور لها، اذ تبين من الاستبيان ان مروحة تلاعب الذكور بالخبر كانت اوسع من تلك التي للإناث فصرحوا عن الكثير من الاساليب كمثل اقتطاع اجزاء من الخبر، او تقديم جزء على الآخر، او تغيير السياق. كما تبين ان الذكور كانوا اكثر انسجاماً

مع لعبة السوق الإعلامية من حيث الامتدادات والدوافع والثمن. وبدا ذلك من خلال سؤالنا لهم عن اعتباراتهم في انتقاء المعلومات والاخبار والمواضيع، فكان ان صرحت الإناث ان ذلك يتم تبعاً لآرائهن الخاصة بالدرجة الاولى، وبما يتلاءم مع مصلحة اصحاب المؤسسة بالدرجة الثانية، وبنسبة خجولة بما يتلاءم مع مصلحة المؤسسة، في حين ان اعتبارات انتقاء الذكور كانت اوسع بكثير بدءاً من اهتمامات الجمهور وعلاقة ذلك مع ما يعجب المعلن ومصالح المؤسسة المادية، مروراً بالافضليات الايديولوجية وتوجيهات الرؤساء في هذا المجال، ومصالح الاطراف السياسية، وانتهاء بالاعتبارات التقنية. هذا مع العلم أنهم تقدموا على الإناث بالقول إنهم ليسوا في موقع القرار ليقرروا كيفية التعامل مع الحدث، وهذا ما يعبر ايضاً عن أن لديهم فهماً أكبر لكيفية ادارة اللعبة الإعلامية ولتعرجاتها ومساربها. وبدا ذلك أيضاً من خلال تفضيل الإناث للاتصالات المباشرة للحصول على المعلومات، في حين فضل الذكور المصادر الموثقة. كذلك كانت الإناث اكثر رفضاً للتحرش والقبول بالتحرش، للرشوة او للتخفي للحصول على المعلومات. والمفارقة ان الذكور تقدموا على الإناث في رفضهم لاستعمال وثائق خاصة دون اذن اصحابها. وهذا ما يحيلنا إلى الكلام عما تمكنا من استنتاجه في ما يتعلق بموقف الإعلاميين من سياسة المؤسسة ومن ثم من الإعلام المتلفز في لبنان بشكل عام.

كذلك تبين ان الإناث يمارسن نقداً اقل لسياسة المؤسسة من الذكور، علماً انهن اقل موافقة عليها. وسبب موافقة الذكور على سياسة المؤسسة كان فيه مزيجٌ من الثقة بالنفس والصراحة، اذ قالوا انهم يفعلون ذلك حرصاً على العمل وعلى الترقية. اما الإناث فاعلن انهن يفعلن ذلك إما حباً بالخط السياسي للمؤسسة، أو من اجل المكاسب المادية، أو بفعل الانتماء الطائفي، أو لانهن لا يفصلن بين المهنة وميولهن الخاصة، أو خوفاً من العزلة داخل المؤسسة. اللافت انه امتزجت في اجابات الإناث عوامل ذاتية عاطفية طائفية بعوامل مادية بعوامل الخوف.

ايضاً لان الذكور كانوا اكثر تآلفاً مع اللعبة الإعلامية فمن الطبيعي ان يكونوا اكثر رضا عن الاداء الإعلامي المتلفز في لبنان. وقد تجلى عدم رضا الإناث بالقول ان هناك منافسة غير شريفة بين المحطات عدا عن تقليد بعضها بعضاً

وحلول الروتين، وان هناك قلة خبرة وجهل في اساليب العمل الإعلامي المتلفز وغياب للموضوعية، وايضاً محسوبيات ومصالح شخصية، عدا عن المنحى التجاري وعرض المشاهد الخلاعية.

تأتي عدم رضا الذكور من غلبة الطابع التجاري والتسلوي على المحطات وما ينتج عنه من تسخير للمرأة وعرض مشاهد خلاعية، واثارة وفوضى وكباريهات، ومن كثرتها وقلة خبرتها، وتحولها إلى منابر طائفية،عدا عن ان الإعلام في لبنان غدا موجهاً سياسياً واجتماعياً. الملاحظ في هذا المجال ان الذكور كانوا اكثر وضوحاً في تحديد عدم رضاهم الناتج عن امور ثلاثة: الاول تجاري متمثل باستغلال الإعلام المتلفز للمرأة، والثاني سياسي متمثل بتحول المحطات إلى منابر طائفية، والثالث إعلامي متمثل في تنافس قائم على نقص في الخبرة الإعلامية. ولمزيد من الايضاح في هذا المجال رأى الذكور ان سلبيات الإعلام المتلفز كمنت في العنف وعدم التعمق في الموضوعات نتيجة التكرار والارتجال والاستهلاك لها، وبسبب سيادة الصورة. اما برأي الإناث فكمنت السلبيات فقط في الاشهار السريع.

وبناء على عدم الرضا هذا وما جر معه من تفسيرات كان من المفيد معرفة اولوياتهم وتفضيلاتهم واهدافهم بالعلاقة مع الجمهور الذي يتوجهون اليه. فقد **تبين ان الإناث فضلن تسلية الجمهور في حين فضل الذكور مساعدته وتقديم الارشاد له.** وهنا يبدو الفرق بين الجنسين وكأنه في تناغم مع ما هو مطلوب اجتماعياً وثقافياً من كليهما (المرأة تسلي والرجل يثقف)، وهذا ما انسحب ايضاً على الاهداف والمشاعر فكانت اهداف الإناث صريحة ومتوافقة مع ما هو مطلوب بالاساس منهن،اي التسلية والاثارة بما يعجب المعلن، في حين ان اهداف الذكور كانت تعليمية إعلامية، اي امداد الجمهور بالمعلومات الجديدة. كما اختصرت **الإناث مشاعرها تجاه الجمهور بالمودة بينما اختصرها الذكور بالاحترام،** على الرغم من الاصطفاف الذي حصل تلقائياً بشكل متآلف مع تقسيم الادوار المرسومة اجتماعياً وثقافياً لكليهما، الا ان الإناث عبّرن عن رغباتهن الدفينة للخروج من هذه الادوار التي تسبب لهن احياناً الكثير من الحرج، جراء ما يحصل معهن من مواقف مربكة على الهواء في ظل غياب آداب التقديم وآداب المشاهدة وآداب

الاتصال[79]، فقلن انهن يفضلن التوجه للجمهور المثقف، في حين كان الذكور اكثر تفهماً للجمهور المناسب للتلفزيون عموماً، ولهذه المحطات خصوصاً، فاعلنوا عن تفضيلهم للجمهور المتوسط الثقافة.

ثاني عشر، على صعيد علاقات العمل، سواء كان مع الرئيس المباشر أو الزملاء أو الجنس الآخر أو مع الذات

في ظل غلبة الرجال كرؤساء اقسام، وفي ضوء التأنيث لبعض الاقسام القليلة العدد كما تبين لنا، فانه في سؤالنا لهم عن خبرات رئيس القسم فضلت الإناث اما التهرب من الاجابة (ارتفاع نسبة اللاجواب) واما الاجابة بشكل مبالغ فيه مما يوحي بالسخرية (خبرات عظيمة). وصفت الإناث العلاقة مع رئيس القسم بالمناقشة انما بحذر، او بالمناكفة او مجرد اخذ توجيهات، بينما وصفها الذكور اما بتبادل آراء واما بتنفيذ اوامر. انطلاقاً من وصف الجنسين لتلك العلاقة نرى ان علاقة الإناث اتسمت بالتوتر والحذر والطاعة، اما علاقة الذكور فتنازعها قطبان متناقضان اما الندية المتمثلة بتبادل الآراء واما الخضوع المتمثل بتنفيذ الاوامر. وهذا ما تبين في وصفهم له ماذا يفعل، فالعلاقة الندية بدت اكثر لدى الذكور، اذ قالوا انه يستجيب دائماً لطروحاتهم، في حين ان الإناث قلن انه يستجيب احياناً. ايضاً انكرت النساء اكثر من الرجال حصول خلافات مع الرئيس المباشر، وتبين ان اسباب الخلاف عند من اعترفن بحصوله كانت طريقة الكلام، وقلة الاحترام[80] والخوف من الترقية، في حين اختلفت الاسباب عند الذكور، فغابت مسائل مثل «قلة احترام المسؤول للموظفين» لتحل محلها مسألة «قلة ثقته بنفسه» كونه جديداً في العمل، وعدم تجاوبه مع طموحات الإعلاميين لغياب الواسطة، وانها كانت مجرد فشة

---

(79) نذكر من المواقف المحرجة ما حصل مع احدى المذيعات والشتيمة التي تعرضت لها على الهواء، واحدى الضيفات وكانت مطربة حيث اتصل احدهم من الكويت يسألها عن مقاس ثيابها الداخلية على الهواء.

(80) عندما تسنى لي دخول احدى المحطات للمشاركة في أحد البرامج، وكوني أتيت متأخرة عن الموعد، اضطر القيمون على البرنامج اعطاء دوري لأحد المطربين لآليه أنا في ما بعد، وحدث أن انتظرت في الاستديو، شاهدت بأم العين كيفية تعاطي المخرج والمعد مع المقدمة وكيفية التدخل بحركاتها وانفعالاتها، على سبيل المثال: «انهزي، تحركي، تمايلي على الأنغام...»

خلق. ويبدو من تفسير الجنسين لاسباب الخلافات مع المسؤول ما يوحي ضمناً بتخوف النساء نتيجة ضعف ثقتهن بانفسهن، وجرأة الرجال الناتجة عن قوتهم وثقتهم بانفسهم.

كذلك تبين ان النساء يعملن بمفردهن اكثر من الرجال، وفضلن ذلك اكثر على العمل ضمن فريق، وبدا ان وراء تفضيلهن لذلك العديد من الاسباب المتمثلة بالخوف من اخطاء الآخرين وعدم الرغبة في الاتكال عليهم، كذلك عدم الثقة بالآخرين لما يشعرن به من غيرة ومنافسة، عدا عن انهن يعتبرن ان لهن نهجهن الخاص ويرغبن في ادارته كما يحلو لهن. هذا الخوف من الخطأ والغيرة والمنافسة، وتلك الرغبة في الحفاظ على الذات بمنأى عن ازعاج الآخرين، يبرهن ان النساء اما ما زلن جديدات على هذا النوع من العمل، او انهن لم يتمكن لغاية الآن من اتقان لعبة العام في عالم العمل بما تعنيه من منافسة ومن غيرة ومن تنازلات وتنازلات مضادة ومناورات وتسويات. وهذا ما بدا ايضاً عند من فضلن العمل الجماعي، اذ حملت مبرراتهن نظرة مثالية عنه، فتصورنه عبارة عن توحد فكري بالدرجة الاولى، وانه يخفف الاعباء ويزيد الانتاجية بالدرجة الثانية. اما الذكور فبدا من تبريرهم لتفضيل العمل الجماعي شيئاً من الواقعية في فهم طبيعة العمل في التلفزيون، ومن المهارة في المزاوجة بين الثقة بالنفس والتواضع، فاعتبروا ان العمل الجماعي اسرع وفيه تطوير للعمل وتبادل خبرات، عدا عن انه اكثر غنى وحيوية، ويمكننا من اخذ فكرة ملموسة عن طريقة تفكير الآخرين، اضافة إلى ان العمل التلفزيوني بالاصل جماعي.

وتبدو مشكلة النساء مع العمل الجماعي اوضح لدى الكلام عن سبب الخلافات مع الزملاء، علماً انهن تقدمن على الذكور في انكار حصول ذلك. وتمثلت الاسباب التي حملت معها الكثير من مشاعر القلق: بعدم الاحترام، الغيرة، النميمة، المنافسة، مواضيع لا علاقة لها بالعمل، تباين في وجهات النظر، محاولات اثبات الحضور لدى البعض، او تخوف البعض من الغاء دورهن. في المقابل أورد الذكور أسباباً اللافت تكرار كلمتي «العمل» و«البعض» في معظمها: التأخر في العمل، عدم الرغبة في العمل لدى البعض، محاولات اعاقة العمل من قبل البعض، مواضيع لا علاقة لها بالعمل، قلة عقل البعض، طريقة

التعاطي الخاطئة بين الزملاء؛ كأنهم ارادوا من تكرارهم لكلمة «البعض» تجنب التعميم، ومن تكرار كلمة «العمل» البرهنة على ان الخلافات ان حصلت بين الزملاء يكون سببها في اغلب الاحيان العمل نفسه وليس لاسباب شخصية. كذلك تبين عدم حماس النساء للاخذ برأي زملائهن في مشاكل العمل وذلك خوفاً ايضاً من النميمة وعدم ثقة بالزملاء نتيجة انانية وغرور البعض منهم،على حد تعبيرهن. إلا أن مشاعر الخوف وعدم الثقة غابت عندما اعلن الذكور عن الاسباب في احجامهم عن اخذ رأي زملائهم في مشاكل العمل، وحلت محلها مشاعر الثقة والاعتداد بالنفس، اذ اعتبروا ان الامر يتوقف على نوع المشكلة وانهم لا يفعلون ذلك حرصاً على الجو العام، وان خبرتهم تغنيهم عن آراء الآخرين. كذلك بدا الفرق في الهدف عند من يأخذون برأي الزملاء بين الجنسين واضحاً، فالإناث يفعلن ذلك لتوضيح الصورة وتخفيف التوتر، بينما الذكور من اجل المشاركة وانجاز العمل بشكل ممتاز.

في موضوع الثرثرة اعترف الذكور اكثر من الإناث بالاستماع اليها، قائلين ان الإناث يقمن بها اكثر، وكان سبب استماعهم اليها: لاكتشاف امور جديدة، للاطلاع على نفسيات البعض، الاستماع اليها يفيدني في تفادي المشاكل، عدا عن ان التنصت من طبيعة البشر. اما الإناث فترجمن قيامهن بذلك من اجل معرفة كيفية سير الامور، لان حسن الاصغاء من مواصفات الصحافي، كون الثرثرة تطالني وعلي ان اكون حذرة. وقد اعطى الذكور للاستماع للثرثرة بعداً استكشافياً واستطلاعياً ووقائياً مع ربطه بطبيعة البشر،موحين بأنهم ليسوا موضوعاً لها، في حين أن الإناث بدون من خلال اجوبتهن انهن مقتنعات ان الثرثرة تطالهن وأنهن مستهدفات، فمن اجل ذلك توخين اخذ الحذر، مع تبرير الموضوع باعطائه بعداً صحفياً وهو حسن الاصغاء.

كانت الإناث اكثر انتقاداً لذواتهن من الذكور. فمن أجل تحسين الصورة، تلاقى الجنسان حول اهمية الثقافة والاستماع إلى وسائل الإعلام الاجنبية، وافترقا عندما اعتبر الذكور ان تحسين الصورة يتم من خلال العمل على التطوير المهني، واعطت الإناث الاهمية للاهتمام بالهندام واطلاق العفوية. كما رأى الذكور التثقيف اكثر في متابعة الدورات التدريبية وحضور الندوات، بينما الإناث رأته بقراءة الجرائد

والكتب. وتتوالى التمايزات بين الجنسين لدى البحث عن اولوياتهم خارج نطاق العمل، اذ اولى الذكور الاهمية للنشاطات الاجتماعية ومتابعة التحصيل العلمي، بينما اولت الإناث الاهمية للاعمال المنزلية والاهتمام بمظهرهن الخارجي.

ثالث عشر، رأيهم في الانتماء البيولوجي.

هذه الفروق بين الجنسين التي بدت لنا من خلال الاستبيان على صعيد ممارسة العمل، من المفيد متابعتها على صعيد آرائهم هم بالانتماء البيولوجي. فقد تبين من العديد من الأجوبة ان النساء كن اكثر ميلاً من الرجال إلى تحييد هذا العامل وانكار اثره، إذ إنهن نفين اكثر وجود مهام خاصة بالنساء واخرى بالرجال. كذلك انكرن تأثير هذا الانتماء على اختيارهم للعمل، وعلى العلاقة مع المصدر وعلى التعامل مع التقنيات، علماً انهن تواجدن اقل من الذكور بكثير في اقسام التقنيات، ووجدن تمييزاً في الراتب والتقديمات عائداً للانتماء البيولوجي. وتبين أيضاً ان الانثى كمسؤولة ما زالت غير مرغوب بها حتى في اوساط النساء. كما أن عدد الإعلاميات المرغوب الاستفادة من تجربتهن كان اقل بكثير من عدد الإعلاميين حتى في اوساط النساء. كذلك كانت النساء اكثر من الذكور قولاً ان «ذلك لا يهم» رداً على سؤال: «من اسهل للاقناع المرأة ام الرجل؟»، في حين وجد الرجال ان المرأة اسهل.

ويجدر بنا التوقف عند الفئة التي اعتبرت ان للانتماء البيولوجي أثراً على العلاقة مع المصدر، معتبرة انها اسهل للإناث. كانت مبررات الإناث في هذا المجال: السياسيون يرتاحون اكثر للإناث، المجتمع يحب الإناث اكثر، بسبب الوقار المطلوب لدى الحديث مع المرأة، النساء بوابة العبور السريعة. الملاحظ في هذا المجال ان النساء اوردن اسباباً خاصة بالسياسيين واخرى بالمجتمع، مع تحميلهما مواقف ايجابية ازاء المرأة فيها شيء من الرعائية والابوية (ارتياح، وقار، حب) ما عدا السبب الاخير الذي ينم عن احكام مسبقة عن النساء فيها شيءً من الاستخفاف، والمفارقة انها اتت من النساء انفسهن. أما مبررات الذكور فكانت: سبحان الله، انه تهيب الرجال في حضرة النساء، نوعية الطبقة الحاكمة ومستواها، مجتمعنا الشرقي يسهّل عمل الإناث، بسبب الوقار المطلوب لدى الحديث مع

الانثى. اللافت ايراد الذكور لاسباب تعود: اولاً، للسياسيين غامزة من قناتهم، و موحية بضعفهم امام اغراء النساء، وتعود ثانياً، للمجتمع الشرقي ملمّحة إلى طريقة تعامله الرعائية مع المرأة، وثالثاً، للرجال باعتبارهم هم المصدر، وتعود رابعاً، للنساء مع مواقف مسبقة فيها اعتراف بمواهب تخص المرأة ألا وهي البراعة في العلاقات العامة.

وفي معرفة لماذا اسهل للذكور، قالت الإناث لان الظروف تخدمهم ولانهم متفهمون لعملهم اكثر، وهنا تبدو صورة الذكور في اذهان الإناث افضل من صورة الإناث عن انفسهن. اما الذكور فقالوا إن السبب يعود لطبيعة البلد. والملاحظ ربط الذكور اكثر من مرة لظروف عملهم مع ظروف البلد.

وفي الانتقال إلى صورة الإعلامية المعاصرة في اذهان الإعلاميين من الجنسين مقارنة مع صورة الوالدة التي تمثل الجيل السابق، وجد الذكور اكثر من الإناث ان الاختلاف بين الجيلين كبيرٌ، وفي تحديد وجهة هذا الاختلاف، تقدمت الإناث على الذكور في ايجاده سائراً نحو الافضل. وهذا ما ينم عن نظرة ايجابية إلى صورتهن مقارنة مع الجيل الذي سبقهن. أما عن دور التلفزيون بشكل عام في رسم هذه الصورة من وجهة نظرهم كإعلاميين، فنرى ايضاً ان الإناث كن اكثر رضا من الذكور عما فعله التلفزيون على هذا الصعيد. فقد كن اكثر اعتقاداً منهم بان التلفزيون اضاف الكثير إلى صورة المرأة التي تمثلها الوالدة، اي انه برأيهن ساهم في صياغة صورة جديدة للمرأة مختلفة عن السابقة. مكونات هذه الصورة بالنسبة الإناث او بالاحرى الجديد فيها انها اصبحت ترينا نماذج عديدة منها: المرأة الواعية، المفكرة، الجريئة، العاملة، المغرية، العصرية، المتساوية، الناقلة للتصرفات الاجنبية، المتخلية عن التقاليد الشرقية، الآخذة بالمرأة نحو الهاوية. حملت آراء الإناث هذه موقفين متناقضين من دور التلفزيون على صعيد المرأة: الاول ايجابي يتمثل في التحرر والتطور، والثاني سلبي يتمثل في الفرنجة وتقليد الغرب والتخلي عن العادات. اما مكونات الصورة المتلفزة للمرأة كما يراها الذكور فتمثلت بأمور عديدة لا تختلف كثيراً عما رأته الإناث منها: الاغراء، ابرازالمفاتن، الواعية، المفكرة، المتحضرة، المتحررة، العصرية، تقليد الاجنبي، ابراز حقوق المرأة بالشرع الاسلامي.

لم يكن الاختلاف بين رؤية الجنسين لصورة المرأة التي ساهم التلفزيون بشكل عام في صنعها ذا شأن، اذ اعجب كلاهما بما فعله التلفزيون على صعيد التحرر والجرأة والتفكير والمساواة، وامتعض ضمناً كلاهما من ابراز جوانب الاغراء والتقليد للاجنبي والتفرنج المبالغ فيه. وضحالة الاختلاف بين موقف الجنسين ازاء هذا الموضوع ما هو الا تعبيرعن تلك الاشكالية المطروحة على الإعلام والإعلاميين والمرأة بل والمنطقة العربية منذ قرن من الزمن وهي: «التوفيق بين الحداثة والتقليد» و«الرغبة في التفرنج والخوف من ضياع الهوية»[81]. لذا فان معرفة الفرق بينهما في موضوع تعاملهما مع المرأة كموضوع إعلامي قد يكون اكثر تعبيراً. وتبين من الاستبيان ان الذكور اعلنوا اكثر من الإناث بان لديهم وجهة نظر خاصة بالمرأة يحاولون ابرازها في عملهم. وهنا قد يكون عدم ميل النساء للاعلان عن ان لديهن وجهة نظر خاصة بالمرأة معبراً عن ردة فعلهن على توزيع الادوار التي اولاها المجتمع واولتها الثقافة للانتماء الجنسي. واللافت ان الذكور صرحوا بانهم حاولوا في عملهم بالاولوية ابراز صورة المرأة الانيقة، الجميلة، الخجولة، المغرية، التقليدية، في حين ان الإناث قلن انهن حاولن اعطاء صورة عن المرأة الواعية، المفكرة، المتحررة، الجريئة. كذلك نستنتج ان الذكور حاولوا في عملهم اعادة انتاج صورة المرأة المطلوبة اجتماعياً وثقافياً، اي المرأة للتفرج عليها، وان وجهة نظرهم بالمرأة آتية من ضمن ما هو سائد ومتعارف عليه، بينما الإناث رغم انكارهن لوجود وجهة نظر خاصة بالمرأة لديهن، فانهن طمحن ان يصلن من خلال الممارسة إلى اعطاء صورة جديدة ومغايرة عما هو سائد، بغض النظر عما إذا كن فعلاً يمارسن او يتسنى لهن فعل ذلك.

والملاحظ تقدم الذكور على الإناث في تصريحهم بأنهم يبرزون وجهات نظرهم في موضوع المرأة، من خلال: الحماس للبرامج التي تهم النساء، اجراء مقابلات مع نساء مميزات، التركيز على الامور الخاصة بالنساء، ابراز وجهات نظر

(81) Voir à ce propos: Nahawand El Kaderi Issa, "Contribution à l'étude de la presse feminine libanaise, 1892-1985", (thèse de doctorat de l'université Paris 2), Paris, mars 1989.

انثوية، التعامل مع النساء بشكل مختلف عن الرجال، ابراز مفاتن النساء. وجميعها اساليب تعزز التقسيم المنمط والحاد الحاصل بين النساء والرجال، لانها تعيد انتاجه انما باشكال واساليب عصرية جديدة، وهذا يشبه ما فعلته الصحافة النسائية المتخصصة التي اصدرها الرجال في النصف الثاني من القرن العشرين بهدف ان تطال الجمهور النسائي، مما يسهّل على المعلن تصويب اعلاناته لشريحة محددة. وليس عبثاً من اننا نشهد حالياً طفرة في البرامج الموجهه إلى المرأة في المحطات الفضائية العربية وقد نشهد محطات تلفزة مختصة بالمرأة طمعاً بالوصول إلى اكبر شريحة ممكنة من النساء.

القسم الثاني

أوجه التباين بين الإعلاميين والإعلاميات
كما بدت من خلال دراسة الحالات

سعاد حرب

مع موجة الإعلام المرئي في لبنان وأسراب محطات التلفزة، وشيوع العمل الإعلامي بين الشابات والشباب لدرجة أن رئيس الجمهورية السابق السيد الياس الهرواي، وعند باب القصر الجمهوري مرافقاً أحد الزائرين، وأمامه حشد من المراسلين، قال الرئيس لضيفه، مشيراً إلى المراسلين «ما عاد عنا غيرهم». وفي إحدى الندوات التي استضافت أحد كبار المفكرين العرب، وأمام عدد الميكروفونات الخاصة بكل محطات التلفزة اللبنانية، بدأ كلامه بالقول بما معناه ما بعمري شاهدت هذا العدد من الميكرو.. هذه «الهمروجة» الإعلامية كما تقول إحدى الصديقات، وحيث فقد الظهور على الشاشة «السحرية» الكثير من سحره، جعلني أقبل باهتمام مشروع هذه الدراسة التي كانت الصديقة نهوند، المبادرة في طرحها. إضافة إلى حشرية قديمة لديّ حول التلفزيون والعمل فيه، حشرية أعتقد أن الكثيرين يشاركونني إياها. لهذا اغتنمت هذه الفرصة لأتعرف عن كثب إلى ما لا يمكن أن يظهر على الشاشة.

للتعرف إلى الجندر في التلفزيون اخترت أن أقوم بمقابلات متنوعة بين الرجال والنساء في مواقع متنوعة، وليس فقط مع من يظهرون على الشاشة، لمعرفة التوزيع الجندري للعاملين فيه. وأود هنا أن أشكر كل السيدات والسادة الذين وافقوا ببساطة وبترحيب على إجراء المقابلات، وكان الاتصال بهم لعرض الفكرة وإجراء المقابلة إحدى المراحل التي كانت تقلقني فكان ترحيبهم أفضل تشجيع لي لمتابعة العمل، الذي مع ذلك أخذ الكثير من الوقت فرضته ظروف أخرى لا تتعلق بالعمل نفسه. ومنهم من قابلته أكثر من مرة ووفروا لنا كافة المعلومات الممكنة التي رأوا أنها قد تفيد في هذا العمل، وخاصة السيد سليم

ثابت المدير الإداري في «تلفزيون لبنان». ورغم تعدد محطات التلفزة في لبنان، فإن المقابلات اقتصرت على العاملين في «تلفزيون لبنان» و«المنار» و«N.B.N» و«M.T.V» و«المستقبل» ومقابلة مع السيدة جنان ملاط من «L.B.C» والآنسة نجوى أبو الحسن اللتين تكبدتا عناء الانتقال لموافاتي إلى الموعد. ولم يكن الامتناع عن إجراء المقابلات مع العاملين في «L.B.C» نتيجة لكسل من قبلنا، بل للصعوبة التي واجهتنا في تأمين الاتصال مع بعض العاملين في المحطة والذين لم نتمكن من «الوصول» إليهم. فاكتفينا بما أمكننا إجراؤه من المقابلات، معتبرين أنه قد يعطي مع ذلك صورة عن واقع الإعلام المرئي في لبنان من حيث توزيع العمل بين النساء والرجال في مؤسساته وخصوصية عمل كل منهما.

لا شك أن هذا الانتشار لمحطات التلفزة في لبنان هو من آثار الحرب، أو من تبعاتها، السياسية والاقتصادية. ولكن وبغض النظر عن النتائج التي توصلنا إليها في ما يخص الاختلافات في توزيع العمل بين النساء والرجال، ودون الدخول إلى البحث عن أهمية دور أو «فائض» هذه المؤسسات في بلد بحجم لبنان وما يمكن أن يستتبعه من عدم قدرة تنافسية وبالتالي من «هبوط» في مستوى ما تقدمه من برامج محلية أو حتى أجنبية، فلربما أمكن لدراسة أخرى أن تبيّن دور هذه المؤسسات، من حيث «تعرّف» المواطن اللبناني على اللبناني «الآخر»، وإذا كانت أسراب الإذاعات خلال الحرب قد لعبت دوراً تحريضياً، فإنه ربما كان لخاصية التلفزيون، أي «الصورة»، وما تستتبعه من وسائط أن يكون لها دورٌ في إقامة «حوار» وإزالة حواجز بين اللبنانيين أنفسهم. أقول ذلك، وببالي ما استتبعه إنشاء محطة الـ L.B.C مثلاً من ردات فعل بين اللبنانيين «الآخرين» وما أسمعه من ردات فعل عن تلفزيون «المنار» من اللبنانيين «الآخرين»، وأيضاً تلفزيون «T. Lumiere»، الذي يتابعه أيضاً «الآخرون». أذكر مقالة عن انهيار الدول الشيوعية، في أن هذا الانهيار قد بدأ عندما لم تستطع هذه الدول أن تمنع وصول صور الغرب إليها عبر محطات التلفزة الغربية، وربما يمكن كتابة تاريخ انهيار جدار برلين قبل انهياره الفعلي بكثير. ولكن ربما أمكننا أيضاً أن نقول إن «الخوف» من «اللبناني الآخر» قد بدأ يتحول إلى إمكانية حوار، عندما بدأنا نشاهد صورته، في غرفة الجلوس، على «الشاشة السحرية» تحاول أن تجذبنا بدلاً من أن تمطرنا بالرصاص.

لكن هذا العمل لم يأخذ هذا البعد في الحوار بين هذه المحطات وما تمثله، بل حاولنا أن نعرف ليس مضمون الرسائل والبرامج التي تقدمها، بل بصفتها مجالاً أصبح من الشائع القول إنه عمل للنساء. حاولنا أن نعرف خصائص هذا العمل من ناحية التوزيع النوعي المهني للأدوار في العمل في التلفزيون، ولم ننطلق في هذا البحث من أي فرضية معيّنة، سوى أن الواقع هو ما يمكنه أن يمدنا بحقيقة هذا التوزيع، فحاولنا أن نسمعه وأن نلاحظه في ما يختص بسؤالنا الأساسي. غني عن البيان أني أشكر «تجمع الباحثات اللبنانيات» على احتضانه لهذا العمل، ولباحثة جوّالة تبحث في هذه المدينة عن أُلفة خلّاقة.

I ـ المقابلات، بعض المعطيات:

عندما اقترحتْ عليّ الصديقةُ نهوند العملَ على هذا المشروع، «الجندر في الإعلام المرئي»، فكرت أنه من المناسب معرفة المواقع التي توجد فيها المرأة في مؤسسة التلفزيون، لذلك كان إجراء المقابلات واختيار الأشخاص (رجال ونساء) يخضع لمبدأ التنوع في المواقع، وبالأخص في مراكز المسؤولية، من ناحية للتعرف إلى هيكلية المؤسسة، ومن ناحية أخرى للتعرف من خلال المقابلات إلى الدينامية التي تحكم العلاقات بين المرأة والرجل فيها (إذا أمكن ذلك)، بين الرئيس (رجل كان أم امرأة) وبين المرؤوسين أو العاملين معه، وخصوصية عمل كل منهما. لذلك فإن عدداً من الأشخاص الذين التقيتهم يعملون بالتعاقد (على القطعة)، وظهر أن أغلبهم من النساء. وعمدت في بعض الأحيان إلى إجراء مقابلات «مقارنة» إذا أمكن قول ذلك، في المواقع التي دخلتها المرأة وكانت، لزمن ليس ببعيد حكراً على الرجل وخاصة في المجال الفني من العمل التلفزيوني: تصوير، إخراج، رئاسة مديرية الإرسال، رئيسة نشرة. . . ، أي لم أنظر إلى ما يظهر على شاشة التلفزيون (الصندوق السحري) بل إلى كواليسه، تلك التي لا يراها المشاهد، أو هو لا ينتبه كثيراً لها عندما تمر أمامه على الشاشة أسماء العاملين في ولادة البرنامج الذي كان يشاهده. سأترك لما يشبه الخلاصة النتائج، أو بالأحرى الملاحظات التي أمكنني أن أنتهي إليها من هذه المقابلات التي جاوزت الثلاثين مقابلة، توزعت على: تلفزيون لبنان، المستقبل، المنار، NBN، MTV، وLBC.

لا شك أن بعض المعلومات التي نوردها بخصوص تلفزيون لبنان (TL) لم تعد تعبّر عن واقع موجود، ولكن إقفال هذه المحطة التي تغلبت عليها الحرب وما بعدها ونمط لبناني في الحياة وفي العمل. . . جعلني أشعر أن تلك المقابلات التي أجريتها، هي نوع من الإرث والأثر الذي يجب الإبقاء عليه وحفظه، لمن؟ لا أدري ولكن ربما للقول إنه كان الأول هنا والأساس، عاش بيننا، وإذا لم يتوانَ البعض ليس عن إطلاق رصاصة الرحمة، فهي رصاصة، كانت ستكون ضائعة (وتبذيراً)، لم يتوانَ عن القول إن هذا التلفزيون لم يعد أحد يشاهده واعتبره بحكم الميت قبل أن ينتهي، وليس من أحد سيتذكره، (لأننا من جيل جديد. . .) سأكتفي، ودون الدخول في تحليلات عن أهمية الذاكرة، بقول شعبي من الخبرة الشعبية التي يستخف بها، «من لا قديم لديه، ليس لديه جديد».

في الهيكلية العامة للتلفزيون:

في المقابلة التي أجريتها مع الآنسة جنان ملاط، من أجل هذا البحث، قالت: إن الجمهور يختصر العاملين في التلفزيون إلى المذيعات ومقدمات البرامج، فكأنهن يختصرن كل العمل، وكل المؤسسة. في الواقع يبدو أن المديرين والمسؤولين عن التلفزة يميّزون بقوة بين الفئتين. ويشعر كل من يعمل خلف الكاميرا، وفي كافة الأقسام الأخرى، أنهم موظفون من الدرجة الثانية بالنسبة إلى الفئة المتميّزة التي تظهر على الشاشة.

في الواقع من الصعب تخيل الورشة الكبيرة القائمة خلف الشاشة السحرية، وكل العمل الذي يتمّ، والتراتبية والشبكة المعقدة التي يصعب من دونها فهم طبيعة العمل في التلفزيون. فالانتقال من حال المشاهد إلى الباحث في الخصائص الجندرية للعمل في مؤسسة التلفزيون، يشبه الانتقال من حالة الحلم إلى الواقع. فالمشاهد يقع عادة في حالة الحلم أثناء المشاهدة، (أحياناً يشاهد كوابيس) وعندما يستيقظ ليفهم كيف تمّ إنتاج هذا الحلم يقع على أشياء كثيرة يجبهه فيها التحليل (في حالة الحلم الحقيقي) والكثير من الجد والعمل من قبل العاملين على إنجاز هذا العمل يجبهه بها الواقع. التلفزيون «مؤسسة»، شركة

تسعى إلى ربح المشاهدين، لذلك على المشرفين عليها والعاملين فيها أن يكونوا جد متيقظين، وأبعد ما يكون عن حالة الحلم.

سنحاول في هذا الفصل الأولي، أن نقدم صورة لهيكلية هذه المؤسسة، دون الدخول في السياسة التي تتبعها، أو مناقشة البرامج ودورها أو أثرها في المجتمع اللبناني وتعدد محطات التلفزة في لبنان. سنحاول فقط إعطاء صورة من الداخل لهذا البناء الذي ينتج الصورة ـ الحلم.

تتوزع الأقسام التي تطالعنا في كل مؤسسات التلفزة على:

1 ـ القسم الإداري والمالي،

2 ـ قسم الإنتاج،

3 ـ قسم الإخراج،

4 ـ قسم البرمجة،

5 ـ قسم التقنية،

6 ـ الإعلان والتسويق،

7 ـ قسم الأخبار،

8 ـ قسم المحفوظات،

9 ـ المونتاج،

10 ـ الترجمة،

11 ـ القسم الفني: ـ التصوير

ـ الصوت

ـ الإضاءة.

تختلف التسميات التي تطلق على هذه الأقسام، فتلفزيون المنار يدعوها مديريات، وكذلك تلفزيون لبنان. لن نهتم في بحثنا هذا إلاّ بالمديريات أو الأقسام المتعلقة بالقسم الفني والتقني والأخبار، ومعدّي البرامج، والمخرجين، كون هذه الأقسام هي التي تميّز العمل التلفزيوني عن الشركات أو المؤسسات الأخرى. أي أننا أردنا أن نرى التميّز الجندري للعمل في التلفزيون في الأقسام التي تميّزه، وإن

كنا سنعرض بشكل غير مباشر للأقسام الأخرى. كما أننا لا ندعي أننا استطعنا الإحاطة بكل الأقسام أو المديريات التي تشكّل بنية شركات التلفزة.

إن القصد من هذا العمل أن نبيّن: **أولاً**: ما هي الأقسام التي تجتذب النساء أكثر من الرجال في التلفزيون؟

ثانياً: ضمن القسم نفسه، كيف يتمّ تقسيم العمل بين الرجال والنساء؟

ثالثاً: ملاحظة خصوصية عمل كل من المرأة والرجل في الأقسام المنتخبة.

رابعاً: ملاحظة أسباب التدرج وطبيعته لدى كل من المرأة والرجل في القسم نفسه.

خامساً: علاقة المرأة بعملها، وما هي أولوياتها في الحياة؟

ـ خصوصية العمل في التلفزيون والصعوبات التي تلقاها المرأة في العمل الإعلامي (أقصد بالإعلام هنا المؤسسة الإعلامية ـ التلفزيون وليس فقط من يظهر على الشاشة أو صحافيو المرئي).

ـ صورة المرأة الإعلامية (أو العاملة في شركات التلفزة) عن نفسها، بالمقارنة مع النساء التقليديات. وما هي الصورة التي يمكن أن نرسمها عن المرأة اللبنانية العاملة: المرأة الحديثة؟

لذلك سنعمد إلى متابعة كل قسم مقدمين تعريفاً عنه، ومحددين خصوصية العمل فيه، والتوزيع الجندري فيه، مقارنين بين عمل كل من المرأة والرجل في القسم المنتخب.

1 ـ الأخبار:

يتكوّن هذا القسم من: مدير الأخبار، سكرتير التحرير، محررين (محررات)، مذيعات (مذيعين)، مراسلين (مراسلات)، مصورين، إضافة إلى كل القسم التقني والفني الذي يساهم في إخراج النشرات الإخبارية إلى الشاشة السحرية.

في تلفزيون لبنان موقع «مدير الأخبار» هو موقع إداري فقط، وله وزن سياسي إذ يتم تعيينه تبعاً لانتمائه إلى تيار الحكومة الموجودة (وهذا أمر لا يشكّل ال.ت.ل. فيه أي استثناء عن باقي الدول، كون التلفزيون المعني هو تلفزيون

الدولة، وإن كان الأمر يتمّ في لبنان بشكل أكثر مباشرة. ففي فرنسا مثلاً، وتبعاً لما تقول مؤلفة كتاب صدر حول الدولة والميديا، إنه يتم دفع المدير بشكل غير مباشر إلى الاستقالة عندما يتمّ تغيير الحكومة). يبدو الأمر كذلك في قنوات التلفزة الأخرى العاملة في لبنان، خاصة أن المساهمين في شركات التلفزة اللبنانية الأخرى هم من رجال السياسة النافذين، والذين يشكّلون القوى السياسية الأساسية في لبنان، إذ يكفي أن نتذكر الأزمة التي أثارها الوزير سليمان فرنجية في محاولته إقالة المسؤول عن النشرة الإخبارية في L.B.C. والصراع على المسؤول عن هذا الموقع بين الضاهر وفرنجية، خلال صيف الـ 2000.

أما عملياً فالمسؤول أمام الإدارة عن النشرة الإخبارية هو «رئيس الحرير»، إنه من يتحمل نتائج العمل. إذا أحصينا «رؤساء الأخبار» نجد أن رؤساء النشرات في اللغة العربية كلهم من الرجال، بينما نجد «رئيسة تحرير» في نشرات اللغة الأجنبية، في أل ت.ل. الآنسة نجوى أبو الحسن، والآنسة زينة خضر في تلفزيون «المستقبل». ربما يعود الأمر إلى هذا التميز للنساء في رئاسة نشرات اللغة الأجنبية إلى هامشية هذه النشرة بالنسبة إلى نشرة الأخبار الأساسية في اللغة العربية، كما توضح ذلك الآنسة أبو الحسن.

وشغلت منصب مساعدة مدير الأخبار في الـ N.B.N. قبل أن يتحول إلى قناة متخصصة بالأخبار الآنسة فاطمة بيضون، ولكنها لم تستمر في هذا المنصب إلاَّ لمدة تسعة أشهر، وهي ترجع السبب إلى خلافها مع مدير الأخبار، أي إلى أسباب سياسية وليس إلى صعوبة أن تحتل هذا المركز امرأة. فالعلاقة بين مدير الأخبار ورئيس التحرير تبدو مهمة وأساسية في نجاح فريق عمل الأخبار.

ومهمة رئيس التحرير هي مراقبة مضمون النشرة وتحضير البرنامج الأسبوعي لعمل المحررين والإجازات الأسبوعية.

ويتطلب عمله حضوراً وتأهباً مستمرين، إذ هناك اجتماعان يومياً لفريق الأخبار بكامله في الـ ت.ل، ذلك أن هناك أربع نشرات يومية ومصادر الأخبار هي: الوكالات المحلية، والوكالات العالمية، والاستماع إلى الإذاعات والتلفزيونات الأخرى طوال 14 ساعة يومياً، والأفلام التي تؤمنها الوكالات العالمية والعربسات.

يبدأ العمل في قسم الأخبار من الساعة الرابعة صباحاً حتى التاسعة مساءً، وما إذا كان بالإمكان أن تحتل مركز رئيس الأخبار للنشرة العربية امرأة، يرى السيد عواضة أن الأمر ممكنٌ لكنه لا يعتقد أن «هناك رجلاً يقبل أن تسرق منه زوجته بهذه الطريقة، ولهذه الدرجة». وهو يرى ذلك لمصلحة المرأة، وليس لصالح الرجل. ومن اللافت للنظر أن السيد عواضة دخل إلى التلفزيون في اليوم نفسه، وبالقرار ذاته الذي دخلت بموجبه زميلة له. كانت مذيعة ومحررة في النشرة الإنكليزية، وهي السيدة بديعة بيضون، التي لا تزال برتبة محررة، بينما السيد عواضة وصل إلى مركز رئيس التحرير، وتقول السيدة بيضون إنه لو بقيت النشرة الإنكليزية لكانت قد حصلت على مركز رئيسة تحرير النشرة الإنكليزية. (وهذا أمر ممكن كما حصل في النشرة الفرنسية مع الآنسة أبو الحسن). وفي الحالتين نرى أن المركز الرئيسي يعطى للمرأة ولكن بشرط أن يكون القسم هامشياً بالنسبة لما يعتبر أساسياً وذا موقع استرتيجي للمؤسسة.

إضافة إلى هامشية المراكز التي تحتل فيها المرأة مركزاً رئيسياً، فإن وصولها إلى هذا المركز لا يتم من دون جهد خاص واستثنائي عليها أن تبرهن من خلاله أنها أهل لهذا المركز. فالآنسة أبو الحسن كان عليها أن تعمل لوحدها على إنجاز النشرة في وقت لم يكن هناك عاملون معها، من أجل ذلك عُرض عليها المركز وطُلب إليها أن تعمل على تطويره.

ملاحظة أخرى بين عمل رئيسة النشرة وعمل رئيس النشرة، أن الأولى تشارك بفاعلية في التحضير لها، فتقوم بعمل التحرير والريبورتاج والإعداد، بينما رئيس النشرة العربي لا نراه يقوم بتحقيقات إلاً في حالات استثنائية (رأينا السيد عواضة يقوم بريبورتاج خلال الانسحاب الإسرائيلي من لبنان، وخلال سفر رئيس الجمهورية إلى الخارج)، أي يمكن الملاحظة أن عمله يكون أكثر في داخل الفريق كمنسق ورئيس أكثر منه في التحرير المباشر، وربما يعود ذلك إلى كبر حجم الفريق الذي يعمل معه، وقلّة الفريق الذي يعمل في نشرة أخبار اللغة الفرنسية والذي لا يتجاوز عدد أفراده الأربعة. فهل نستطيع القول إن الرجل عندما يكون في مركز مسؤول لديه امتيازات أكثر من زميلته في الدرجة نفسها؟؟

2 ـ المحررون:

بالإضافة إلى رئيس التحرير، يتألف فريق عمل الأخبار من المحررين والمراسلين، ومن مقدمات ومقدمي الأخبار.

في بداية العمل التلفزيوني كان يتم الاكتفاء بأن تكون مقدمات النشرة قارئات للأخبار، ولا يشاركن في إعدادها. وهذا تقليد لا يزال متبعاً (سعاد قاروط العشي، ونعمت عازوري)؛ إدارياً لهما مركز مسؤولة نشرة أخبار، وذلك للأقدمية و«النجومية» التي نالتاها، ولكنهما عملياً لا تمارسان مسؤوليتهما هذه. وتلفزيون «المنار» أبقى على تقليد «قارئات الأخبار» هذا، مع اهتمام بالتحضير وتهيئة قارئات يكن في الوقت عينه محررات ومراسلات. وهذه الصيغة الحديثة لمقدمة الأخبار هي المنتشرة بين مختلف التلفزيونات العاملة في لبنان، والتي تطمح إليها.

عادة يقدم رئيس التحرير المواضيع التي سيتم التطرق إليها في النشرة، وللمحررات والمحررين إمكانية اقتراح مواضيع، تقبل أحياناً وأحياناً أخرى ترفض. أي أنه ثمة إمكانية للمحرر (ة) أن يطوّر عمله (ها) أو القيام بتحقيقات يراها (تراها) مهمة. وثمة محررون (محررات) لا يظهرون على الشاشة.

وعن الفرق بين عمل المحرر والمحررة، أو المراسل والمراسلة، فيبدو أن الجندر يلعب دوراً في توزيع العمل بين الجنسين. ففي تلفزيون «المنار» لا ترسل «الأخوات» إلى المقرات الرئاسية، (القصر الجمهوري، القصر الحكومي، مجلس النواب) والتبرير الذي يعطى هو أنه في هذه المراكز وخلال انتظار تصاريح الوزراء والنواب أو الشخصيات... تضطر المراسلة إلى سماع تعليقات غير مقبولة اجتماعياً وجارحة. إلاّ أنه من اللافت أن مراسلات «المنار» يطالبن بأن يتم السماح لهن بالذهاب إلى هذه المقرات، وخلال إجرائنا المقابلات، كان الأمر بين أخذ ورد بين المراسلات وإدارة الأخبار في التلفزيون المذكور (ويبدو أنهن كسبن هذه «المعركة»). في مقام آخر فإن المحررة (المراسلة) تكون مسؤولة كلياً عن كل عملها: تحرير، إعداد تقرير، تسجيل الصوت، وهي تعد وتحدد المَشاهد، وبعد الإعداد يرى العمل رئيس التحرير فإما أن يتمّ تعديله أو يُقبل كما هو.

في تلفزيون «المستقبل» والـ ت.ل، (وكما رأينا خلال العدوان الإسرائيلي ـ

عناقيد الغضب) يتم إرسال المراسلات إلى الجنوب خلال المعارك. إلاً أن تلفزيون «المنار» لا يرسل الأخوات إلى التحقيقات في الجرائم، كما أنه لا يوكل إليهن مهمات في البث المباشر (تغطية احتفلات الاستقلال مثلاً) ولكن لا تبدو الأخوات في «المنار» متحمسات للذهاب في مهمات من هذا النوع. وكذلك الأمر بالنسبة إلى الجنوب. في الـ ت.ل. تبرز خصوصية الجندر في أن رئيس التحرير لا يرسل امرأة لمقابلة السيد نصر اللّه مثلاً، وبالتالي عندما يتعلق الأمر بأمور دينية، فإن الجندر يميل إلى المراسل الرجل.

في الـ .N.B.N وبعد تحوله إلى تلفزيون متخصص بالأخبار، هناك 4 بصفة سكرتير تحرير لا يوجد بينهم أي سيدة، وهنا ثلاثة رؤساء أقسام بينهم امرأة، مسؤولة القسم الدولي. ويبدو أن انتقاءها قد تمّ لإجادتها اللغات الأجنبية[1]. إلى ذلك ثمة صفات إيجابية أخرى يرى المدير أنها كانت من العوامل التي ساعدت في اختيار تلك السيدة لمركز رئيسة قسم، وهي: أنها جدية ومحررة جيدة، وتعرف ماذا تريد وتجيد تنظيم أمورها.

ونظراً لوضع محطات التلفزة العاملة في لبنان (حداثة عهدها) وخاصة تلفزيون الـ .N.B.N بصيغته الجديدة، يبدو أن موقع المرأة مهيّأ لتغيير إيجابي على صعيد دور المرأة ومركزها. ففي الدورات التدريبية تمّ إرسال صبايا إلى الخارج وكذلك الأمر في الدورات الداخلية.

في محاولة فهم جندرية لحظوظ المحررين والمحررات في الظهور على الشاشة تبدو الأفضلية للصبايا، فعند الاختيار بين المحرر والمحررة يتم اختيار الأخيرة. ربما يعود الأمر إلى ارتباط قراءة الأخبار منذ بداية العمل التفزيوني بالمرأة، حيث الوظيفة «التقليدية» للمرأة في نشرة الأخبار هي قراءة النشرة. وتحولت النساء بعدها من خلال تطور وضع المرأة في المجتمع إلى مذيعة ـ

(1) تبدو معرفة اللغة الأجنبية وإتقانها عاملاً أساسياً في أخذ المرأة مواقع رئيسة في العمل التلفزيوني وخاصة في الأخبار، والترجمة بالطبع، ولكننا لم نقابل أي من المترجمين أو المترجمات العاملات والعاملين في قسم الترجمة، ولكن تكفي ملاحظة الأسماء عند نهاية البرامج لتبدو غلبة العنصر النسائي في هذا المجال.

محررة، بينما في حال ظهور مذيع للأخبار (غير رئيس التحرير) فيحاط هذا الظهور ببعض الهالة، مع الشعور ضمنياً بأن عمله في النشرة يتجاوز دوره كقارئ للنشرة. يقول السيد ربيع الشامي، وهو مخرج تلفزيوني في تلفزيون «المستقبل»، «إن الرجل يشعر بأن المرأة أنجح منه على الشاشة»، ولكن في ما يخص الأخبار يمكننا القول إن المذيعة تعطينا الانطباع بأن هذا الموقع هو أقصى ما قد تصل إليه، بينما المذيع الرجل يعطينا الانطباع بأن هذا الموقع هو موقع عبور نحو آفاق أوسع في مجال العمل الإعلامي السياسي. وليس أدلّ على ذلك من أن نرى ما آل إليه مذيعو الأخبار في «تلفزيون لبنان» قبل الحرب اللبنانية، عادل مالك، وكميل منسى، عرفات حجازي... بينما بقيت سعاد قاروط العشي مثلاً، منذ بداية الحرب وإلى اليوم في الموقع نفسه، وإن كانت قد توصلت، كما أشرنا، إلى أنها مصنفة مسؤولة نشرة ولكنها في الواقع لا يوجد لديها أي مسؤوليات فعلية، كما أنها قد «جربت» أن تُعد برنامج مقابلات، لكن صداه كان باهتاً بالنسبة لما يقوم به الآخرون وبقي برنامجها لفصل واحد ولم يتجدد، إلاّ أن الأمر قد يبدو مختلفاً حالياً بالنسبة لمذيعات ومحررات الأخبار الشابات، حيث يتم الأخذ بعين الاعتبار المجال الذي جاءت منه إلى الأخبار، فنجاة شرف الدين، تشعر بتميزها عن المذيعات المحررات، كونها ابتدأت في التلفزيون عبر أقوال الصحف، وكانت قد بدأت حايتها العملية في الصحافة السياسية المكتوبة، ولا تزال تتابع من حين لآخر كتابة المقالات الصحافية السياسية.

في الـ N.B.N عدد الفريق بين 60 و70 شخصاً، بينهم 3 رؤساء أقسام، بينهم سيدة واحدة رئيسة قسم، وهناك 4 سكرتير تحرير، لا توجد بينهم أي سيدة.

في «المستقبل» عدد الفريق حوالى 100 شخص: إعداد وتقديم: 30 شخصاً، وهناك 3 رؤساء تحرير، لا توجد بينهم أي سيدة. مذيعات، هناك 5 صبايا. وشاب. ومحررات مذيعات: 3 أشخاص، سيدتين وشاب.

في «المنار» عدد الفريق حوالي 50 شخصاً، نسبة الصبايا 8٪.

في موقع رئيسة تحرير: في الـ T.L: النشرة الفرنسية: نجوى أبو الحسن.

في «المستقبل» زينة خضر ـ مديرة الأخبار: النشرة الفرنسية.

3 ـ دائرة العمليات:

في الهيكلية العامة لتلفزيون لبنان، تحتل دائرة العمليات موقعاً موازياً لمديرية البرامج والإنتاج ومديرية الأخبار. وينقسم العاملون في هذه المديرية إلى: فنيين وتقنيين.

الفنني: هو كل من يعمل على آلة.

التقني: هو كل من يصلح آلة.

وتنقسم هذه الدائرة إلى شعب: ـ شعبة الفيديو.

ـ شعبة الإضاءة.

ـ شعبة الصوت.

ـ ضبط الصورة، التوليف، المونتاج.

ـ التصوير: الخارجي، الداخلي.

ـ الصحن اللاقط.

لكل شعبة رئيس، في تلفزيون لبنان لا توجد أي سيدة رئيسة شعبة. لكن الملاحظ أن السيدات لم يحاولن إطلاقاً الدخول إلى القسم التقني، في أي من المحطات التي قابلنا بعضاً من العاملين فيها. أي: TL وMTV و«المنار». ويبيّن لنا السيد فايق كريم: ان اللواتي يتقدمن للعمل في التلفزيون، يطمحن إلى وظائف تتعلق بالظهور: إما كصورة أو صوت أو اسم. وتبيّن لنا الآنسة سولانج داغر: لم تستطع المرأة أن تندمج في نظام العمل التقني، وهي تنجح في جلب المشاهدين والمشاركين، بينما ينجح الرجل في التقنيات.

أما إذا انتقلنا إلى الناحية الفنية، أي العمل على الآلات، فإننا لا نراها في قسم الصوت، مع أن السيد علي شرف الدين يرى أنها تنجح في مزج الصوت «mixer»، حيث نراها موجودة في تلفزيون لبنان، (بينما في الغرب نراها في هذه المواقع وإن بنسب ضئيلة). نظرياً في استطاعة المرأة (جسدياً) أن تكون مسؤولة إضاءة، ولكن للوصول إلى ذلك عليها أن تمر بمرحلة تدريبية في التقنية، وهذا ما يتطلب قوة جسدية لم نعتد أن نرى المرأة تقوم بها في العمل، وهذا ما تؤكد عليه

الآنسة رنا كرامي المساعدة ـ مصور. إذن، في الناحية الفنية لا نرى المرأة في أي من شعبة الصوت والإضاءة في أي من تلفزيون «MTV» و«المنار».

وإذا استثنينا الصوت والإضاءة فنياً، فإن المرأة في المواقع الأخرى لمديرية العمليات تبدو أكثر حضوراً.

1.3 ـ التصوير:

لفترة قريبة كان التصوير عملاً لا يقوم به إلاّ الرجال، ولم يكن يبدو دخول المرأة هذا الميدان أمراً مسلماً به، وحتى الآن ترفض بعض المحطات قبول طلبات عمل مصور (ة) مقدمة من قبل نساء. ففي تلفزيون المنار، هناك رفض شبه قاطع لهذا الأمر والحجة التي رفض بموجبها الطلب أن هذا العمل يتطلب جهداً جسدياً، ولكن تتم إعادة الأمر إلى صورة المجتمع التقليدية عن عمل المرأة، ولعل التصوير التلفزيوني ودخول المرأة معتركه، يشكّل نموذجاً حيّاً ومثيراً لفهم دينامية تغيير الأدوار الجندرية في التلفزيون (وربما يقدم لنا صورة عما يحصل في الميادين الأخرى التي تدخلها المرأة والتي كانت تقليدياً من اختصاص الرجل).

في هذا المجال تبدو تجربة الـ TL مع المصورات، مفيدة. إذ كانت إحدى الآنسات قد قدمت طلباً لتكون مصورة تلفزيونية، ورفض طلبها، كما بيّن لنا السيد سليم ثابت، المدير الإداري لتلفزيون لبنان. لكن الآنسة دونا سركيس استطاعت أن تدخل سنة 1991 بواسطة رئيس مجلس الإدارة، ولكن دخولها كان فقط للقيام بتدريب لبضعة أشهر، إذ إنها قدمت الطلب على مسؤوليتها الخاصة (ربما يمكن القول إن هناك رئيس مجلس إدارة يريد أن يعطي الفرصة ولكن دون أن يأخذ المسؤولية على عاتقه) تتابع القصة الآنسة سركيس، والطريف أنه بعد ثلاثة أشهر طلب منها أن تترك العمل، ولكنها رفضت، فبقيت حوالى سبعة أو ثمانية أشهر، تأتي إلى العمل (دون معاش) وتتابع ما يحصل في التلفزيون، والعمل. وأثناء ذلك حدثت أمور استثنائية: اضرابات واستقالات من قبل الموظفين ومن بينهم المصورون، وصار هناك نقص وكانت قد أصبحت معروفة من الشركة وتمّ بالتالي توظيفها بالتعاقد كمساعدة مصور، ولا يزال وضعها في هذا المركز. إلاّ أن التجربة كما يبدو قد نجحت، وتمّ توظيف مساعدة مصور ثانية: رنا هنري كرامي، (هي

أيضاً بوضعية متعاقدة). وإذا كانت الآنسة سركيس قد درست التصوير في جامعة الكسليك، فإن الآنسة كرامي لم تدرس ذلك، بل درست المعلوماتية.

البارز في الأمر، أنه عندما دخلت الآنستان العمل، صار هناك توزيع جندري جديد للعمل داخل القسم الذي كان الرجال يقومون بكل العمل في داخله. فكل البرامج وتصوير مذيعات الربط كان يقوم بها المصور ومساعده، وكذلك التصوير الداخلي والخارجي. وعندما جاءت المرأة، أعطيت التصوير الداخلي، وبقي التصوير الخارجي من عمل المصور الرجل ومساعده. ولكن حتى في التصوير الداخلي لا تعطى المرأة كل الأعمال، فلا يمكن أن تكون مسؤولة عن التصوير الدرامي وتبقى في دور ثانوي تحت إشراف مصور ومدير التصوير، (رغم أنه عندما ذهبت للقاء الآنسة كرامي كانت تصور في حلقة من برنامج درامي). ولكن يتم إعطاؤها تصوير برامج الأطفال، البرامج الثقافية (الحوارات)، ومذيعات الربط. الأخبار مثلاً لا تصورها فتاة. أما السبب الذي يتم تقديمه لعدم إعطاء مساعدة المصور التصوير الخارجي فيرجع إلى أن الأمر يتطلب جهوداً جسدية: حمل الكاميرا. ولكن الأمر يبدو مختلفاً في «المستقبل» إذ تعطى الآنسة سوسي إمكانية التصوير الخارجي، وهي تمل من التصوير الداخلي. إلاّ أنه يمكن ارجاع ذلك إلى الطريقة التي دخلت بها الآنسة سوسي إلى «المستقبل» فمنذ بدئها دراسة إخراج الأفلام وكتابة السيناريو في الجامعة اليسوعية أظهرت تميّزاً في التصوير، وبعد أول شهر من الدراسة مع أستاذها أنطوان ريمي صارت مساعدته في العمل، وقدّمها في تلفزيون الـ NTV حيث عملت لمدة ثلاث سنوات. والطريف أنها لم تكن ترغب بأن تعمل بالتصوير والمخرج ريمي هو من «أجبرها» على ذلك... بعد ذلك قبلت بسهولة في تلفزيون «المستقبل» إذ كانوا يعرفون عملها في الـ NTV. ووظيفتها الآن في «المستقبل» أعلى رتبة من ست مصورين يعملون في التصوير الداخلي في «المستقبل». قد يمكن القول، إذا أجرينا مقارنة بين عمل المصورات في تلفزيون لبنان وعملهن في الـ «المستقبل» إنه في كلتا الحالين كان على المصورة أن تعتمد على دعم من مسؤول (مدير الإدارة، أو مخرج) للدخول إلى حلبة لم تكن بالضرورة لتقبل بوجود المرأة فيها بشكل عادي، ولكن ما إن تبرهن المرأة عن قدراتها وإمكانياتها حتى يتم قبولها. ولكن ثمة ظاهرة سنراها في المراكز الآخرى

التي تعمل فيها المرأة والتي تبرز أيضاً مع الآنسة سوسي خاشو، وهي أنها تقوم بأكثر من التصوير، فهي تقوم بإعداد وإخراج بعض الفقرات الخاصة بـ «عالم الصباح»، حيث تكتب سيناريو وتعمل بالتوثيق و. . التصوير.

بالتالي يمكن القول إن العذر الذي يقدمه المسؤولون في «تلفزيون لبنان» من أن التصوير الخارجي متعب بالنسبة للمرأة لأنه يتطلب حمل الكاميرا والمعدات لا يبدو أنه يشكّل للمرأة حاجزاً فعلياً، إذ إن الآنسة سوسي تحمل معداتها وكاميرتها بنفسها كونها من دون مساعد ـ مصور، ولم يمنعها ذلك من أخذ موقعها المتقدم على بعض زملائها المصورين. وهذه ملاحظة سنجدها مع المخرجات، وهي عدم وجود مساعدة ـ مخرج للمخرجات الشابات العاملات في محطات التلفزة اللبنانية!!! إلاّ أنه من اللافت أن الآنسة سركيس والآنسة خاشو لا تصوران الأخبار، وترجع الآنسة خاشو ذلك إلى أن تصوير الأخبار معقد وترى أنه لا يناسب النساء. ربما يمكن القول إن العوائق الفعلية التي تمنع المرأة، من وجهة نظرها، عن بعض الأعمال تختلف عن تلك العوائق التي يراها الرجل.

2.3 ـ الفيديو والمونتاج:

يبدو أن المرأة استطاعت أن تبرز في هذا المجال، رغم أن وجودها فيه ليس معمماً على كل محطات التلفزة، ولكن الفكرة مقبولة ولا تواجه المعارضة أو الصعوبة التي تعترض عمل التصوير. ففي تلفزيون «المنار» هناك ميل وتفكير لإعطاء هذه المراكز إلى النساء، رغم عدم وجود أي سيدة في هذا القسم، ويتطلب هذا العمل من صاحبه الدقة والبال الطويل والصبر وأن يتمتع بحس جمالي وإبداعي. وهي صفات يبدو أنها أنثوية بامتياز. ولكن لا يبدو أن النساء استطعن الوصول إلى مركز رئيسة قسم «المونتاج والفيديو». ففي «تلفزيون لبنان» ورغم العمل المتميّز الذي تقوم به الآنسة ندى عبد الله وبشهادة رئيس الإرسال، فإنها لم تحصل على المركز، وهي لا تستبعد أن تبلغه «إذا استوعب القسم». يبقى أن المرأة لم تصل إلى هذا الموقع.

إن العمل في الفيديو والمونتاج يعتبر خطوة أساسية نحو الإخراج، وكان بإمكان الآنسة عبد الله أن تصبح مساعدة مخرج للأخبار، ولكنها رفضت ذلك

بسبب الوقت الذي يتطلبه والذي يتعارض مع واجباتها الأسرية ومسؤولياتها الأخرى. غير أن السيدة لينا ايقافيان التي بدأت في الـ LBC في المونتاج استطاعت ذلك وأصبحت الآن مخرجة ولديها برنامجين تعمل على إخراجهما وتشارك أحياناً في الإعداد وتتابع بنفسها عمل المونتاج في البرنامجيين. في «المستقبل» المرأة موجودة أيضاً في المونتاج.

3.3 ـ مدير الإرسال:

هذا الموقع الفني بامتياز حيث إن مدير الإرسال هو المسؤول عن القسم الفني والتقني، ويراقب الصورة التي تظهر على الشاشة خلال البث. مثلاً عندما كنت أجري المقابلة مع السيدة جروج كانت عينها دائماً على شاشة التلفزيون تتابع الصورة، وكان أن انتفضت فجأة واتصلت بمن يبث الصورة لتبلغهم ضرورة إجراء تعديل، وكذلك في إحدى المرات وأنا أشاهد نشرة الأخبار، كانت خلفية الشاشة زرقاء دون أي شعار أو صورة وبعد لحظة، شاهدنا خلفية لصورة أخرى، ما الذي جرى بين اللحظتين؟ مدير الإرسال نبّه لضرورة إضافة تلك الخلفية، وبسرعة. لا يتدخل مدير الإرسال في مضمون ما يعرض، بل بالصورة والشكل الذي يعرض به. وليست هذه مهمته فقط بل إنه مسؤول عن توزيع العمل بين الفنيين، بما في ذلك المخرجين ورؤساء الإرسال في المناطق. ومن المفرح أن نرى في إحدى محطات التلفزة اللبنانية أن المسؤولة عن هذا الموقع هي امرأة. بالطبع لم تصل إلى هذا الموقع مباشرة مع أنها شابة وصغيرة السن (في الثلاثين من العمر) ترى السيدة جروج أن عمل مدير الإرسال يقتضي أن يكون متيقظاً أربع وعشرين ساعة على أربع وعشرين. مع أن دوام العمل هو من الثامنة صباحاً إلى الخامسة بعد الظهر ولكنها أحياناً تبدأ في الساعة السادسة صباحاً. وهي تنسق بهذا العمل مع مدير الأخبار (كون الـ N.B.N متخصصة بالأخبار) ولكنها تعمل أكثر مع المدير العام الذي تجتمع معه يومياً حوالي أربع ساعات.

في تلفزيون لبنان احتل هذا الموقع السيد علي شرف الدين وهو وصل إلى هذا المركز (مع أن دراسته ليست جامعية) نتيجة لخبرته ولأنه أثبت كفاءته خاصة خلال الحرب حيث كان عليه أن يقوم بالعمل بمفرده في وقت لم تسمح الظروف

بوجود المسؤول في عمله، بينما نرى أن خبرة السيدة جروج، حيث عملت في تلفزيون «أبو ظبي» كما عملت في الجيش بالإضافة إلى اختصاصها الجامعي في الإخراج والتلفزيون من الجامعة اللبنانية الأمريكية، كانت العناصر الأساسية التي أوصلتها إلى هذا المركز.

4.3 ـ مدير البرمجة:

إذا كانت سيدة قد توصلت إلى مركز مديرة إرسال في ما يتعلق بالصورة التي تظهر على الشاشة، فإن سيدة أخرى استطاعت أن تتوصل إلى مديرة البرمجة، في الـ .M.T.V. ويشتمل هذا العمل على جدولة البرامج والإعلانات وإذا كان تقرير البرامج يتم من خلال المجلس التنفيذي في الـ M.T.V، فإن السيدة داغر مسؤولة مباشرة عن البرامج الفرنسية، وهي أحد أعضاء المجلس الذي يقرر البرامج، والمكوّن من خمسة أعضاء بينهم سيدة أخرى. وإذا حصل تغيير في البرامج فإنها هي التي تقترح البرنامج البديل. وهي تحضّر مع شخص آخر دورة البرامج الأسبوعية. وفي «تلفزيون لبنان» هناك مساعدة مدير وهي بالأحرى تتولى فقط تطبيق ما يكون قد قرر من قبل المدير. يبدو إذاً أن للنساء قد حصلن على بعض المواقع المسؤولة والمهمة سواء في ما يختص بالناحية الفنية للتلفزيون أو من ناحية المضمون ونوعية البرامج التي تبث على الشاشة. فالسيدة داغر تقول عن أثر موقعها في ما يقدم على الشاشة: «التلفزيون أداة لنشر الأفكار، أشجع برامج التوعية والبرامج الخاصة بتحرر النساء وعمالة الأطفال والعنف الذي يتعرضون له».

5.3 ـ الإخراج:

أول مخرجة لبنانية هي السيدة أنطوانيت هاسوسيان التي كانت مساعدة المخرج الياس متى في مسلسل «المشوار الطويل» الذي تمّ تصويره على طريقة السينما، شاركت السيدة هاسوسيان بهذا العمل بطريقة لافتة وشكل لها الانطلاقة الأولى نحو الإخراج، وهناك أيضاً السيدة بدرية.

الملاحظ اليوم دخول النساء مجال الإخراج التلفزيوني بقوة (عددية، على الأقل). ففي الـ LBC هناك سبعة مخرجون بينهم ثلاث مخرجات، وفي

«المستقبل» قسم الإخراج تحتله صبايا، ولكن يرئسهن مخرج شاب؛ حيث كانت سيدة مسؤولة قبله لكنها تركت العمل التلفزيوني عند زواجها وولادة طفلها. يتطلب الإخراج العمل مع معد البرنامج، ومع المصور ومع المسؤول عن الديكور ومع قسم المونتاج والفيديو والإضاءة ومدير المسرح. . . أي أنه المسؤول عن الصورة التي يخرج بها العمل إلى الشاشة. ويتطلب عمل الإخراج بالتالي المسؤولية والقدرة على التعامل مع الآخرين وقيادتهم كما أنه على المخرج أن يتميّز بالمخيلة والخلق والإبداع.

الملاحظ، من خلال المقابلات التي أجريتها، أن أياً من المخرجات لم تبدأ عملها التلفزيوني بالإخراج. رأينا أن السيدة ايقافيان بدأت في المونتاج، وفي تلفزيون «المستقبل» بدأت الآنسة رانية زبيب عملها كمساعدة مخرجة، حيث عملت بهذا الوضع لمدة تسعة أشهر، بدوام جزئي تمّ بعد ذلك تثبيتها بمركز مخرجة. وهي لا تكتفي بإخراج برنامجها بل تساعد أيضاً في الإعداد، وتعمل على إخراج البرامج البيئية في «المستقبل» وبرامج الأطفال والشباب. التمييز الجندري في عمل المخرجين يبدأ من خلال نوعية البرامج التي تقوم الصبايا بإخراجها وتلك التي يتولى أمرها الشباب، فكلتا المخرجتين ترى أن هناك تمييزاً في نوعية البرامج. فالبرامج ذات الوزن بالنسبة للتلفزيون يقوم الشباب بإخراجها، وكذلك المسلسلات الدرامية. أي هنا أيضاً نلاحظ إعادة توزيع جندرية لعمل المخرجين، ما إن تدخل المرأة الحقل الذي كان تقليدياً من نصيب الرجل. كذلك الأمر في الـ LBC وترجع السيدة ايقافيان ذلك إلى أن المسؤول هو شاب، والشباب (المخرجون) أصحابه، فيميل بالتالي إلى إعطائهم البرامج الأهم، رغم أن الجميع يتقاسم المهمات بالعدل خلال الاجتماعات. إلاّ أنه على المخرجة أن تتكلم دائماً وأن تناضل لتحصل على ما تمّ الاتفاق عليه.

ملاحظة أخرى سنراها في المواقع الأخرى التي تعمل فيها المرأة، وهي أنه إذا أخذت المرأة منصباً جديداً، فإنها لا تتخلى (أو لا يسمح لها) عن أعمالها السابقة. رأينا السيدة ايقافيان تتابع مونتاج برامجها، كما تساعد في إعدادها، وكذلك الآنسة زبيب تشارك في إعداد برامجها، والآنسة خاشو تعد وتصور بعض

البرامج، وسنرى مع السيدة حمدون من تلفزيون «المنار» أنها عندما تحولت إلى مخرجة لم تتخلَّ عن إعداد وتقديم برنامجها؛ كما أنه ليس لدى أي من المخرجات اللواتي قابلتهن مساعدة ـ مخرج، (رأينا الآنسة زبيب قد بدأت مساعدة ـ مخرجة في «المستقبل»)، ربما أمكننا تفسير ذلك بما قالته لنا إحدى المخرجات، من أن عمل المرأة بالنسبة إلى المسؤولين عن محطات التلفزة أرخص لهم من عمل الرجل. فإذا كانت النساء إجمالاً، وكما سمعنا من الذين قابلناهم، لا تتلقى أجراً أقل من الرجل، فإنه يمكن القول أنها تتقاضى الأجر عينه ولكنها بالمقابل تقوم بأعمال بالجملة، فتحل بالوقت عينه مكان أكثر من شخص. لكن من ناحية أخرى يقوم الشباب أيضاً بأعمال متعددة، إلاّ أن تنوع مهامهم يصب في تنوع البرامج ودورهم في كل واحد منها. فهم مخرجون في أحدها، ومعدون لآخر، وربما يتميّز عملهم بحركة أكبر بين البرامج.

6.3 ـ الإعداد:

إعداد البرنامج لا يفترض بالضرورة أن يكون المعد هو صاحب الفكرة، ولكنه من يتبنى تنفيذها. ولكن إذا لم يكن المعد هو صاحبها، فإنها تأتي، على الأغلب، من قبل المسؤولين عن المحطة. ومن خصائص هذا العمل أن يكون المعد صاحب مبادرة وخلاّق يتمتع بالقدرة على إدارة الفريق. فهو المسؤول عن مضمون البرنامج كما يصل إلى الجمهور. في البرامج التي تعتمد على مقابلة الشخصيات السياسية والاجتماعية والفنية، نذكر برامج السيدة سونيا بيروتي على تلفزيون لبنان التي أعدت وقدمت الكثير من البرامج، أولها ربما كان برنامج «أسبوعيات» الذي قدمته عام 1966 ـ 1967، ونوع آخر من البرامج مع السيد إيفيت سرسق، التي كانت تقدم مثلاً برنامج «Les nouveaux riches»، و«Les yeux d'Yvette» وهناك أيضاً: مونيك سيبيل، وماري تريز عربيد. . . إذن أن تكون المرأة معدة لبرنامج ليس أمراً جديداً وله بعض التاريخ في ذاكرة التلفزيون اللبناني منذ منتصف الستينات. ميزة هذه البرامج أن المرأة كانت معدة ومقدمة لها. حتى اليوم لا يزال هذا التقليد سارياً، ولكن برزت الآن صفة المعدة دون أن تكون المقدمة للبرنامج الذي تعده. فالسيدة سنا اياس وربما كنت أولى المعدات

المحترفات (نقصد بذلك أنها لا تقدم برنامجها) تكفلت إعداد برنامج «toute la ville chante» وهو فكرة المخرج سيمون أسمر. وتعد اليوم مع السيدة جنان ملاط برنامج «الشاطر يحكي» الذي كانت في مرحلة عرضه السابق مساعدة في إعداده. وتتنوع البرامج التي تتولى النساء إعدادها (وتقديمها) بين السياسي والاجتماعي والاقتصادي والشبابي والبرامج الخاصة بالمرأة والبرامج الفنية (مقابلات ـ سينما).

إن وصول المرأة لتكون معدة برنامج ومسؤولة عنه لا يتم دفعة واحد من أول الطريق، إذا أمكن قول ذلك. وإذا رجعنا بالذاكرة فالسيدة سونيا بيروتي ظهرت في التلفزيون بعد أن كانت قد عرفت في مجال الصحافة المكتوبة، والسيدة عربيد، كما يبيّن ذلك جان كلود بولس في كتابه، تمّ اللجوء إلى مهارتها بعد أن كانت قد برزت أيضاً في الصحافة المكتوبة، وهذا أمر يبدو سارياً إلى اليوم. فجنان ملاط لم تبدأ في إعداد أول برامجها مباشرة مذ وصولها إلى التلفزيون، إذ كانت قبل ذلك مديرة قناة الـ C33 ومن ثم مستشارة مجلس الإدارة التنفيذي. وبعد أن اطلعت وتعلمت كل ما يجري في التلفزيون، اقترحت أن تقدم برنامجاً خاصاً بها. كذلك السيدة كلود أبي ناضر، كان لها تجربة كبيرة في الصحافة المكتوبة وبعدها فكرت في العمل التلفزيوني وقابلت مدير التلفزيون وعرضت عليه فكرت برنامجها، الذي وافق لأن لها اسم ولها مركزها. يبدو بالتالي أن المرأة لكي تصل إلى أن تكون معدة عليها أن تكون قد أثبتت مقدرتها. وكذلك السيدة إياس التي كان لها تجربة غنية في الإذاعة اللبنانية (القسم الفرنسي).

ومن التجارب الشابة في تلفزيون «المنار» تجربة السيدة حمدون التي بدأت في التلفزيون مقدمة برنامج، حيث شاركت بعده في إعداد البرنامج الذي تقدمه ومن ثم انتقلت إلى برنامج خاص بها تعده وتقدمه وأصبحت بعد ذلك تخرجه أيضاً. الملاحظ إذن هو المبادرة التي تتميّز بها هذه السيدات والتي دفعتهن للوصول إلى مستوى الإعداد.

لكن إذا كانت السيدة أبي ناضر تشكّل نموذجاً مستقلاً، ومميّزاً، فقد استطاعت أن تصل إلى التعامل مع التلفزيون بشكل مستقل، إذ إنها تعد برنامجها وتنتجه أي يمكن القول إنها «شركة» مستقلة «تبيع» برامج (برنامجها) إلى المحطة

التلفزيونية، فإن تجربة معدات البرامج في «المنار» تختلف عن هذا النموذج، إذ إن بعض المعدات هن مسؤولات أقسام، برامج تربوية وبرامج الأطفال، وليس هناك معدات لبرامج سياسية. السيدة سلام سليم سعد والآنسة سلوى صعب لديهما تجارب سابقة في الصحافة المكتوبة، وكذلك معدة برنامج «نون والقلم» الثقافي، التي دخلت صدفة إلى التلفزيون (زوجها مخرج البرنامج ومدير القسم الثقافي) إذ احتاجوا إلى مقدمة للبرنامج فاقترحت أن تقدمه وبعد التجربة تمت الموافقة. وكان لها قبلاً مساهمات وأبحاث أدبية في الصحافة المكتوبة، وتقول إنها موظفة عند نفسها، حيث تعد نفسها لتكون مؤلفة روائية ووجودها في برنامج «نون والقلم» هو متابعة لاهتماماتها الثقافية، وهي تتلقى في إعداد البرنامج مساعدة من زوجها، بصفته مدير القسم، وفي البرنامج قسم يعده ويقدمه زميل آخر يهتم بالمعارض. يمكن القول إن عملها في البرنامج لا يتطلب أن تتعامل مع الفريق، فهي أقرب إلى أن تكون مقدمة ومعدة لفقرة من البرنامج ولا تتولى مسؤوليته كاملاً، شأن السيدة أبي ناضر مثلاً. يمكن القول إن غالبية المعدات لديهن مهمات أخرى في المحطة، (ملاط، سعد وصعب). ويمكن من خلال هذا التواجد أن يتطور العمل في الإعداد، وهذا ما سنحت به الفرصة أيضاً بالنسبة إلى السيدة حمدون من «المنار»، إذ إنها من خلال تقديمها لبرنامج «مهن باقية»، قد أدى في بادئ الأمر إلى أن تساهم في إعداده وأن تنتقل بالتالي إلى إعداد برنامج خاص بها، أخذ أسماء متعددة ولا يزال مستمراً، حول المقاومة والشهداء، لا بل انطلقت إلى أبعد من ذلك إذ تحولت إلى مخرجة للبرنامج، أي أنها معدة ومقدمة ومخرجة لبرنامجها. وإذا أردنا أن نميّز بين طبيعة عمل السيدة أبي ناضر وهي «معدة ومنتجة ومقدمة لبرنامجها»، وبين السيدة حمدون وهي «معدة ومقدمة ومخرجة لبرنامجها» يمكن القول إن عمل السيدة حمدون يخضع أكثر لتوجه المحطة ويدور في فلك منهج المحطة مباشرة، وسواء كان العمل تحت السلطة المباشرة للتلفزيون أم لا تسعى المرأة عندما تتولى عملاً إلى أن تديره من كل نواحيه، وكما لاحظنا سابقاً فإنها عندما تأخذ مهام جديدة في عملها لا تتخلى عن أعمالها السابقة. واللافت في الموضوع أن السيدة حمدون وبعد أن استطاعت توسيع آفاق عملها ترغب «في أن تتوجه إلى أن لا تقوم إلاّ بمهمة واحدة أي أن تكون معدة أو مقدمة أو مخرجة»،

وبالتالي، هل اضطرت المرأة إلى أن تقوم بكل هذه المهام لتحافظ على برنامجها وموقعها أم لأنها ترغب بذلك فعلياً؟؟

إذا أردنا المقارنة بين معدات البرامج في مختلف محطات التلفزة يبدو «المنار» متطوراً من جهة إفساح المجال أمام المعدة لتكون المسؤولة كلياً عن برنامجها ولكن فقط من الناحية التقنية، وليس هناك (حسب علمنا) معدة برنامج مستقلة كلياً في برنامجها مع أن السيدة حمدون تعمل متعاقدة مع «المنار»، كما أنه ليس هناك معدة لبرامج رياضية رغم أن هناك مقدمة برنامج رياضي على تلفزيون N.B.N إلاّ أن البرنامج نفسه يعيد تقديمه شاب آخر في فترة أخرى. كما أن سيدة كانت تقدم فقرة الرياضة في تلفزيون لبنان TL. كما أنه ليس هناك من برامج يمكن القول إنها «نسوية» (برامج «المنار» تدخل ضمن خط التلفزيون «الملتزم»).

في الـ N.B.N هناك برامج تحاول أن ترجع إلى تاريخ بعض النساء الرائدات واللواتي تركن أثراً في المجال الثقافي والعلمي والأدبي وفي المجتمع وتُعالج قضايا المرأة «العنف ضد النساء، القوانين المتعلقة بالأحوال الشخصية...، كما أن هناك اتفاقاً بين المحطة وجامعة الدول العربية والاسكوا لتقديم برامج عن أوضاع المرأة العربية.

بالإضافة إلى ذلك فإن البرامج التي تعدها النساء تختلف من حيث «ضخامة» الإعداد والتحضير والفريق العامل سواء داخل الاستديو أم خارجه..

ففي برنامج «الشاطر يحكي» يتكون الفريق من 12 عضواً من بينهم خمسة صبايا دورهن الاهتمام بالضيوف: بين 30 و40 ضيفاً (مشاهدين داخل الاستديو) بالإضافة إلى مشاركين رئيسيين، وثمة اجتماعات تحضيرية تشارك فيها الصبايا بالإضافة إلى صحافيين وبالطبع مع المعدة ومساعدة الإعداد. تهتم مساعدة الإعداد بالفتيات وباختيار الضيوف وتتم دعوتهم تبعاً لقرار جماعي، بينما تهتم جنان ملاط بالإعداد مع زياد نجيم.

في برنامج «سباقنا مع المزمن» يتم القرار بينها وبين مدير الإنتاج والمخرج، وعلى الأرض وفي مكان التصوير لا تتدخل في الأمور التقنية وتتركها للمخرج،

ولكنها تهتم بالمضمون والبحث والكتابة وكذلك في برنامج «تحقيق» حيث كانت تقدم مواضيع: اجتماعية سياسية وبيئية.

السيدة حمدون تضطر إلى البقاء والنوم خارج المنزل مرة كل أسبوعين تقريباً بسبب عملها، الذي يشمل العمل الوثائقي والتمثيل ويتألف فريق عملها من أربعة أشخاص، بينهم المصور الذي لم يقبل إدارتها كمخرجة إلاّ بعد أن استعانت بقرار من الإدارة يجبره على ذلك.

يبدو الإعداد إذاً عملاً يشتمل على الكثير من المسؤولية، ويتطلب خبرة وثقافة وأن يكون المعد على معرفة بالعمل التلفزيوني وأن يملك الكثير من المبادرة. الملاحظ أن للمعدات سناً أكبر من باقي العاملين الذين يغلب عليهم سن الشباب، بينما المعدات اللواتي قابلتهن هن في العقد الثالث أو بدايات الأربعين، ما عدا معدات «المنار» في أواخر العشرينات، وربما يمكن تفسير ذلك أن معدات البرامج في المحطات الأخرى كان عليهن أن يثبتن وجودهن في مجال آخر وخارج التلفزيون، بينما تقول السيدة حمدون إنها: ابنة المؤسسة. لا شك أن «الالتزام» الذي تتميّز به المحطة يُشْعِر المعدة بالحماية، بينما تبدو المعدة في المحطات الأخرى في مواجهة أكثر تعقيداً، من جهة، ولديها شعور أكبر بإنجازاتها من جهة ثانية.

II ـ النساء والمواقع الرئيسة في هيكلية التلفزيون:

في الجواب عن سؤالنا حول الإمكانيات المتوفرة للنساء في «احتلال» مناصب رفيعة في هيكلية التلفزيون، فإن معظم السيدات تكلمن عن المراكز التي تتعلق بالأقسام التي يعملن فيها، بينما سيدة واحدة أعلنت صراحة أن المركز الذي تتوق إليه في التلفزيون هو مركز «رئيس الإدارة» أي أعلى منصب، وتابعت بـ «إنها لا تؤمن بالجندر» في العمل. لكن هل يكفي قول ذلك لتنتفي العقبات أمام تبوؤ امرأة هذا المركز؟ وإذا أمكنها الوصول إليه، هل تتعامل مع منصبها، بطريقة الرجل نفسها؟ وهل يتم التعامل معها بالأسلوب نفسه؟ أسئلة لا بدّ أن نطرحها ليتسنى لنا الإجابة على هذه الفرضية التي تطلقها السيدة جنان ملاط (مديرة قناة الـ C33 سابقاً). كما أنه إذا لم يكن ثمة خصوصية لكل من المرأة والرجل في تعاملهما مع

عمليهما هل لديهما الفرص نفسها للوصول إلى هذه المناصب؟

رأينا بعض العقبات التي تعود إلى اهتمامات المرأة نفسها والتي لا تشجع المرأة نفسها على الدخول في صراع مع الرجل من أجل الوصول إلى مراكز رئيسة. من ناحيته يوجه السيد سليم ثابت الانتباه إلى أن الأقسام التي تعمل فيها المرأة سقفها محدود بالنسبة إلى إمكانية التقدم.

1 ـ العوائق والصعوبات:

لاحظنا في مقاربتنا لتوزيع المواقع (غير الإدارية بشكل عام) أن المرأة لم تأخذ مواقع مركزية أساسية، رغم أنها استطاعت أن تدخل في مجالات تعبّر عن تغيّر النظرة إلى دورها التقليدي في التلفزة. وكما تقول السيدة لودفيغ «هناك تغيّر في أدوار النساء ولكن موقعهن لم يتغيّر». (رئيسة تحرير: النشرة في اللغة الأجنبية، تصوير، رئيسة إرسال، مونتاج، إخراج، إعداد، رئيسة قسم، مسؤولة عن البرمجة...)، إلاّ أنها لم تتوصل بعد إلى أن تكون مثلاً مديرة أخبار، أو مديرة مسرح، أو رئيسة مجلس إدارة،... من هنا فإن السؤال يطرح حول هذه المسألة، لذلك حاولنا من خلال المقابلات أن نستشف طبيعة هذه العوائق، وأن نتلمس طرق النجاح وشروطه كما يراها أصحاب العلاقة.

1.1 ـ العائلة والزواج ومسألة الدوام:

قد يبدو مناسباً الإشارة إلى أن العمل التلفزيوني هو سيف ذو حدين بالنسبة للوقت. فقد أشارت السيدة فاطمة بيضون، في ملاحظتها حول توزيع العاملين في N.B.N (قبل أن يتحول إلى محطة متخصصة بالأخبار)، إلى أن أغلب السيدات العاملات يفضلن العمل على القطعة، وأن النساء إجمالاً يفضلن العمل ضمن دوام محدد. ولعل هذه الملاحظة تطبق على أغلب اللواتي قابلتهن، إذ بعضهن كان يعمل في دوام كامل لكنهن فضلن تحويل العقد والعمل على القطعة. لهذا يبدو العمل في التلفزيون سيفاً ذا حدين بالنسب لعمل المرأة، إذ إنه يتيح لها من ناحية أن تنظم عملها تبعاً لوقتها، في حال كان عملها «على القطعة»، ولكن في حال كانت تعمل بدوام كامل، فإن طبيعة العمل تفرض، في الكثير من الأحيان، التغيب لأكثر من الدوام المطبق في الوظائف الأخرى، لذلك تفضل الأغلبية العمل على

القطعة، خاصة في المجالات التي تشمل الإعداد، والإخراج. ولعل هذا الوضع لا يشكل حافزاً إلى إعطاء المرأة مهام ومسؤوليات كبيرة في التلفزيون، التي تتطلب منها أن تعطي الكثير من وقتها. ويبيّن السيد الحسيني أنه في قسم الأخبار في «المنار» كان هناك في أحد الأوقات ١٢ أخت عاملة، ولكنهن إما تزوجن وسافرن أو خطبن وتركن. وهذا أيضاً ما أكدت عليه بعض اللواتي قابلناهن، وهن عزباوات، إذ إنهم أشرن إلى أنه في حال زواجهن، فإنهن لن يتركن العمل في التلفزيون، ولكنهن بالطبع سيخففن منه. يتعلق بهذه المسألة أمر آخر ينتج عنه، وهو أن المرأة تجد ولاءها الأول لعائلتها وتعتبر العمل أمراً يُضاف إلى الأول ولا يحلّ محله أو يأخذ الأولوية عليه. كما أن السيدة ندى عبد الله رفضت أن تنتقل إلى الإخراج التلفزيوني، لأن ذلك سيفرض عليها التغيب عن عائلتها في أوقات لا تراها مناسبة، رغم أن عملها في المونتاج وبراعتها فيه يؤهلانها لذلك المنصب الذي عرض عليها. فمرجعية المرأة إلى عائلتها أمر أساسي بنظر المرأة والمجتمع.

2.1 ـ الخبرة الإدارية والقدرة على التحمل:

عوائق أخرى يراها بعض المسؤولين أمام تطور وضع المرأة وابتعادها عن الأمور الإدارية ومسؤوليات المراكز الرئيسة وهي: الخبرة الضرورية وطبيعة العمل التلفزيوني التي تبعث على التوتر، بالإضافة إلى مسألة أساسية وهي نظرة المجتمع لدور المرأة.

تبدو مسألة الخبرة ونظرة المجتمع إلى المرأة من العوامل التي تؤثر بنجاح قبول المرأة من قبل الفريق الذي تعمل معه. ولقد أشرنا مسبقاً إلى بعض الصعوبات التي تعترض المرأة، فهناك أكثر من مثل وحالة أوردتها السيدات عن عدم تقبل بعض الرجال لسلطة امرأة عليهم، وحيث اضطرت المسؤولة إلى الرجوع إلى سلطة رجل هو في مركز أعلى منها ومن الرجل الآخر الذي رفض سلطتها، فاضطر هذا الأخير إلى الإذعان وحصل أن استقال بعضهم. ويبدو هذا الأمر واضحاً في تلفزيون «المنار»، حيث إن أهم ما طالبت به من كانت في وضع مسؤول هو: أن تستطيع أن تقنع الآخرين بسرعة أكبر وأن يكون بإمكانها أن تحسم في الأمور.

من ناحية أخرى يبدو أن العمل التلفزيوني مثير للقلق والتوتر، ويجعل أحد المسؤولين هذا سبباً لعدم تمكن المرأة من الوصول إلى مركز قيادي. ولكن بالضبط لأن العمل في التلفزيون يثير القلق، فإن الآنسة داغر حصلت على مركزها في MTV وتجعل من صفتها بأنها لا تتوتر ولم يحصل لها أن رفعت صوتها في وجه أي من العاملين معها، أحد العوامل المساعدة لها؛ المقصود، أن الواقع يبيّن أن هذه الحجة قد لا تكون ضد المرأة ولكنها تعمل لمصلحتها.

ـ لكن السيد هاني حمود يشير إلى مسألة أخرى وهي أنه ليس هناك من نموذج نسائي لامرأة في مركزي قيادي.

- إذا كانت المرأة في تلفزيون «المنار» لم تصل إلى مركز مسؤولة في الصفحة السياسية، فإن المرأة التي تعمل في مجال السياسة لا تبدو مرتاحة كثيراً لهذا العمل، حيث يبدو من قول إحدى الصحافيات المذيعات والمحررات: إن المرأة تخجل من السياسة، وأثناء المقابلات السياسية تكون المرأة متحفظة أكثر من الرجل، وعندما تحاول أن تكون جريئة فإنها تصبح «وقحة»، لذلك ترى أن الشاب يرتاح أكثر في تقديم برامجه.
- من ناحية أخرى يبدو أن **هناك تقسيماً وتمييزاً بين النساء العاملات في التلفزيون**. فعندما نتكلم مع المسؤولين عن المرأة العاملة في التلفزيون، فإنهم يركِّزون مباشرة على المرأة الإعلامية التي تظهر على الشاشة، ويبدو أنهم يركزون أكثر على وضعها كمقدمة للبرامج ويرون **أن فرص نجاحها هي على هذا المستوى «الفردي»، أي أن تكون أفضل مقدمة أو أفضل مذيعة، ولكنها لا يمكن أن تنجح في أن تكون مثلاً مسؤولة فريق، أو في التراتبية الداخلية للمؤسسة**. من ناحية أخرى تشعر النساء اللواتي يعملن خلف الكاميرا أنهن من مستوى ثان بالنسبة إلى التي تظهر على الشاشة، ويبدو أن المديرين والمسؤولين يشجعون هذا الموقف ويمنحونها الاهتمام والرعاية.

3.1 ـ الخطوط الحمر!!:

في «المنار» يبدو أن أعلى مركز وصلت إليه امرأة هو رئيسة قسم (يتعلق عموماً بأمور معترف بها اجتماعياً أنها نسائية). وأغلب السيدات اللواتي قابلناهن

في «المنار» رأين أن الخط الأحمر لتدرجهن المهني هو أن يكن في مركز «مدير عام البرامج، أو أي مركز يسمح بأخذ القرار المباشر»، إذ لديهن الشعور بأنهن لا يملكن إمكانية أخذ القرار وبأنهن يطبقن خطاً عاماً ومنهجاً لا يملكن من أمره أي قرار أو مسؤولية، وإن كن موافقات على هذا الخط. أما المراكز الأخرى التي يبدو للنساء أنه من الصعب أن يصلن إليها: مركز مديرة فنية، (بالنسبة للمخرجات) أو مركز مديرة عامة للتلفزيون.

4.I ـ عوائق جسدية؟؟

رأينا أن بعض المواقع لا توجد فيها أي امرأة: الإضاءة والديكور، والتي تتطلب قوة جسدية وتعاملاً مرهقاً مع الآلات وأدوات النجارة. ولعل الموانع هنا لا تنتج عن التعب الجسدي بنفسه، بل في النظرة المجتمعية إلى هذا العمل بالذات، إذ في مجال آخر، وفي ميدان آخر استطاعت المرأة مثلاً أن تقود السيارة، وتندر بين النساء العاملات من لا تقود سيارة، من أي مستوى اجتماعي كانت، ومع ذلك لا نرى سيدات تقود التاكسي، (رغم بعض الحالات الاستثنائية). ألا يمكن أن يكون الأمر نفسه في الأعمال التي تتطلب جهداً جسدياً في التلفزيون؟؟ إضافة إلى أنه لا توجد نساء في وظائف تقنية بحتة، في أي من التلفزيونات اللبنانية، رغم أن هذا الأمر لا يتطلب قوة جسدية، بل مهارة تستطيع النساء أن يحصلن عليها من المعاهد الفنية.

5.I ـ فردية المرأة:

رغم أن العمل التلفزيوني هو عمل فريق بامتياز، فإننا أشرنا أعلاه إلى أن البعض يعتقد أن النجاح الذي بإمكان امرأة أن تحصله هو نجاح فردي وليس في إدارة فريق. من ناحية أخرى سألنا النساء اللواتي قابلناهن عن طموحاتهن، فكانت أجوبة البعض منهم تشير إلى الرغبة في أن يدرن عملاً خاصاً، شركة، أو مؤسسة تعنى بأمور إنسانية يدرن شؤونها، ولكن ربما كانت هذه أيضاً رغبة الكثير من الرجال، أي أن يملكوا شخصياً المؤسسات التي يعملون فيها. وهو ميل للاستقلالية يبدو أن عمل التلفزيون يستطيع أن يؤمنه بشكل ما (تجربة السيدة أبي ناضر). ويلاحظ تردد المرأة في احتلال مراكز لا تملك كل عناصرها، وتفضيلها

العمل في مجال تستطيع أن تديره بنفسها ويرجع نجاحه إليها شخصياً. هذا ما نستشفه من كلام الآنسة صعب حيث قالت: «اقترح عليّ أن أكون مديرة برامج في الإذاعة، خفت وشعرت أن البعض لن يقبلني كوني امرأة، فتراجعت كوني لا أمسك تفصيلات العمل بكامله (البرنامج «نادي الأصدقاء» أمسك بكافة عناصره ونجاحه يرجع إليّ مباشرة)».

تعدد الأنشطة: إن معظم السيدات اللواتي التقيناهن لديهن نشاط مهني في أكثر من مؤسسة، وإن كان عملهن كله يصب في الإعلام. منهن من تعمل في الإذاعة، البعض في شركات إعلامية، أو في مجلات نسائية أو حزبية (تابعة للمنار) بينما من يحتلين مراكز مسؤولة فيبدو أن تفرغهن للعمل في المؤسسة هو من نتائج هذا النجاح، وفي الحالة هذه ألا يمكن القول إن عدم التفرغ مهنياً في مؤسسة واحدة يعيق تطور المرأة فيها؟؟

2 ـ العوامل المساعدة:

في دراسة للسيدة لودفيغ، تبيّن أن العوامل التي ساعدت الإعلاميات (اللواتي يظهرن على الشاشة) كانت عوامل شخصية: الثقافة، الشهادات، اللغة، الشجاعة، المثابرة على التعلم، أخلاقية عمل قوية. يضاف إلى ذلك عوامل أخرى اجتماعية، مع التمييز بين أجيال الإعلاميات، الجيل الأول في الخمسينات: الظرف الاجتماعي الليبرالي، وقلّة عددهن. وجيل الحرب كان لانتمائهن الحزبي دور حتى في حال تركهن الحزب، فإنهن انتقلن إلى العمل الصحافي. وبعضهن استفدن أثناء الحرب من تجارب مفيدة إذ أتيحت لهن فرص التعامل مع اختصاصيين أجانب، وقوتهن كمراسلات تفوق قوة زملائهن الرجال، ولديهن سهولة في التجول أكثر منهم. وفي التسعينات صار الأمر أصعب مع المؤسسات الإعلامية المتعددة، وازدياد أعدادهن حيث تصاعدت حدة التنافس وصار المطلوب احترافية أكبر (professionnalisme). وتلفت السيدة لودفيغ النظر إلى أنه لا توجد سيدات في المجلس الأعلى للإعلام.

في محاولتنا دراسة العوامل التي ساعدت السيدات في الوصول إلى مراكز رئيسة في أقسام التلفزيون وليس فقط أمام الشاشة، استخلصنا منها ما يلي:

1.2 ـ اغتنام الفرص:

نعرف أن التلفزيونات الخاصة في لبنان حديثة العهد. والملاحظ أن النساء اللواتي تولين مراكز مسؤولة (مديرة برامج، مسؤولة قسم، مديرة إرسال...) كن مع المحطة خلال مرحلة التأسيس، وقبل بدء البث. أي أن المشاركة في «ولادة» المحطة كانت خطوة مفيدة ومهمة، خاصة أن الأشخاص لا يكونون قد حصلوا على مواقع محددة، ويكون عددهم إجمالاً أقل من المطلوب. ولكن الأمور تصبح أكثر صعوبة بعد أن تكون المؤسسة قد أكملت عدتها وتشكلت، فيصبح من الصعب «خرق» المواقع التي يكون قد «استولى» عليها الرجال.

في «تلفزيون لبنان»، يبدو أن الحرب قد لعبت دوراً إيجابياً (بالنسبة للرجال أيضاً)، ففي كثير من الأحيان كان على السيدة أن تقوم بعمل فريق كامل لوحدها، إذ كان الوضع الأمني لا يسمح بتواجد جميع العاملين، وكل اللواتي قابلناهن في «تلفزيون لبنان» كان عليهن أن يثبتن جدارتهن في تلك الأوضاع التي أدت إلى لفت النظر إلى مقدرتهن وإلى حصولهن بالتالي على ترقية.

في تلفزيون «المستقبل» تمت الترقية تبعاً للحاجة، لأنه كان هناك أزمة فعلية. فقد استطاعت الآنسة نجاة شرف الدين أن تتدرج من مساعدة ومعدة لبعض فقرات عالم الصباح إلى مذيعة ومحررة أخبار، لأنه عندما انتقل التلفزيون إلى البث الفضائي حصل نقص في عدد المذيعات، وكانت موجودة وناجحة في عملها السابق، فكان أن أصبحت مذيعة ومحررة في نشرة الأخبار.

2.2 ـ المبادرة والإخلاص للمؤسسة:

يبدو أن المبادرة والاهتمام بالعمل وعدم التقوقع أو التحول إلى موظف يقوم فقط بما يطلب منه دون أي مناقشة، والبحث دائماً عن مصلحة العمل هي أحد العوامل الأساسية في التقدم ليس فقط بالنسبة إلى النساء بل إلى الرجال أيضاً. وهذا أمر شدد عليه كل من السيد زيدان في الـ «MTV» والسيدة جروج والآنسة صعب وأغلب الذين قابلناهم وكانوا في مراكز مسؤولية. الآنسة صعب تقول إنها كانت تناقش دائماً حتى لو لم يكن الأمر يعنيها مباشرة. وعندما تسلمت السيدة سعد مسؤولية البرامج الاجتماعية في «المنار» كانت تقوم بهذا العمل قبل أن يطلب

إليها رسمياً ذلك. وبعبارات أخرى يقول السيد زيدان، إنه من المهم أن يثق المسؤولون بك ويشعروا أنك تحب عملك، التواجد والاهتمام والمبادرة والإخلاص لصالح المؤسسة، كلها عوامل تساعد على الوثوق بالشخص، وبأنه ليس فقط قديراً بل مخلصاً أيضاً ومهتماً. كما أن السيدة حمدون تعرّف عن نفسها بأنها ابنة المؤسسة.

3.2 ـ الواسطة، والطائفة؟؟

من الشائع في لبنان القول إن كل شيء يسير بالواسطة والدعم من المرجعيات السياسية والدينية والحزبية. ولكن إذا كان ذلك صحيحاً في أغلب الأحيان فهل يؤثر ذلك على تدرج العاملين؟ أو لنطرح السؤال بصيغة أخرى، هل عدم وجود دعم يمنع الشخص من التطور وأخذ موقع متقدم؟؟ لا شك أنه من الصعب الإجابة عن هذا السؤال، ولكن السيد واصف عواضة يرى أن الواسطة قد تساعد في الدخول إلى التلفزيون ولكنها لا تستطيع أن تخدم في تقدم الشخص، حيث إن الصحافة هي الميدان الوحيد الذي يشكف الإنسان، كما أنها مهنة غير وفية، وعندما يقصر الإنسان يهلك ويهمل.

ربما نجد في وضع السيدة فاطمة بيضون نموذجاً لعدم إمكانية البقاء في مركز مهم ومسؤول مع أنه قد أعطي لها (رغم قولها بأنها لم تدخل بواسطة، لأنه فقط المدير كان يعرف أنها شقيقة الوزير محمد بيضون) ربما بشكل غير مباشر لأنها شقيقة الوزير، ولكنها لم تبقَ في هذا المركز وتركت العمل في التلفزيون، وهي تبرر ذلك بأنها لم تتفق مع مدير الأخبار. وأياً كانت الأسباب، فإن النتيجة هي عدم بقائها في المركز. ولكن هل تخلت السيدة بيضون عن هذا المركز (وهي المرأة الوحيدة التي كانت مساعدة مسؤول نشرة باللغة العربية في كافة محطات التلفزة اللبنانية) لأنها امرأة وللصعوبات التي واجهتها في مركز يبدو أنه مركز «أكبر» من أن تتولاه «امرأة»!!؟

ولكن قد تلجأ المرأة بشكل صريح إلى الواسطة والاعتراف بهذا خاصة عندما يكون هذا العمل «دفاعياً» إذا أمكن قول ذلك؛ فالسيدة جان مسعد مديرة العلاقات العامة (وهو مركز إداري) في «تلفزيون لبنان» (ليس لديها فريق تعمل معه، وهي

الوحيدة في القسم) ورغم أن دخولها إلى التلفزيون عام 74 لم يتم بواسطة، وبعد أن قدمت الكثير من الجهد والعمل والتضحيات خاصة خلال الحرب، وحيث استنفرت أفراد عائلتها ومعارفها لتنجح في العمل خاصة خلال فترة الحرب، فإنه عند التعيينات الأخيرة (قبل إغلاق ت.ل) ولم يكن هناك من موقع في تراتبية التلفزيون لعمل مدير علاقات عامة، فإن إرساء هذا المركز قد اقترح، ولكنه كان سيعطى لشخص آخر لم يكن قد قدّم شيئاً للتلفزيون في هذا المجال الذي كانت تعمل فيه من قبل وأبدت نجاحاً فيه، وكان الشخص الآخر مدعوماً من جهة سياسة نافذة، فاضطرت عندئذ هي أيضاً اللجوء إلى شخصية أخرى نافذة لتحافظ على موقعها، أو بالأحرى لتثبته.

تمّت الإشارة، كما هو معروف، إلى أن أصحاب المؤسسات الإعلامية المرئية في لبنان هم بغالبيتهم من السياسيين، كما أن الصبغة الطائفية تطغى على العاملين في كل مؤسسة، ولكن هل هناك في المحطات على الأقل «أقلية» من الطوائف الأخرى؟؟ وإذا كان نعم فكيف يتم التعامل معهم؟ وكيف هي العلاقة بينهم وبين الآخرين وما هي الطريقة التي يتم بموجبها النظر إلى اختلافهم الديني؟ في تلفزيون «المنار» ذي الطابع الشيعي الملتزم، وحيث ينظر العاملون إلى دورهم الإعلامي على أنه «رسالة»، هناك وجود لعاملين من طائفة أخرى «مسيحية» وهم يتعاملون معهم بأخوة، وكما يشير بعض من قابلناهم من مسؤولي تلفزيون «المنار» ليس هناك من شرط أساسي أن يكون العاملون في المحطة من المنتمين إلى الحزب، فالكفاءة في العمل هي المطلوبة ويتعاملون مع الجميع بالاحترام. في الـ M.T.V هناك بعض العاملين من الطوائف الإسلامية، ويبدو أن العلاقة بينهم وبين الآخرين تفتح المجال لبعض الحشرية، ويتم الكلام حول الاختلاف الديني، ولكن ذلك يتم في جو أقرب ما يكون إلى المزاح والحشرية في التعرف على الآخر. لنقل باختصار إن المسألة تطرح بين العاملين، وإنها وسيلة لمقاربة الآخر وتجاوز الأمر مثلما عندما يلتقي غريبان، ولكنهما يكتشفان شيئاً فشيئاً أن ما يجمعهما ربما أكثر مما يفرقهما، فيبقيان على بعض الاختلاف ليبقى المجال مفتوحاً أمام اللقاء بـ«الآخر» حيث توضع موضع التجربة الأفكار المسبقة التي يحملها كل عن الآخر.

4.2 ـ معرفة اللغات: العربية والأجنبية:

إن أغلب الذين قابلناهم كانت معرفتهم باللغات «اختصاص لغة عربية، أو أدب فرنسي، أو إجادة تامّة للغة أجنبية»، من العوامل التي ساعدت في الدخول في العمل الإعلامي، خاصة في مواقع الإعداد والأخبار والصحافة التلفزيونية. مع الإشارة إلى أن ذلك لا يكفي، إذ وكما تشير السيدة فاطمة بيضون ان اعتبار العمل من الاهتمامات الأساسية، والاطلاع ومتابعة ما يجري يساعد كثيراً، وترى أن الفتيات لا يرجعن إلى «الأصل والمصدر» ولا يهتمين بما يجري فعلياً حولهن. لكن أن يكون الشخص (فرنكوفونياً) ساعد كثيراً في تبوّؤ بعض المراكز: السيدة داغر في الـ MTV، والآنسة جنان ملاط في الـ LBC كلتاهما دخلتا إلى التلفزيون لأن المؤسسة كانت بحاجة إلى أشخاص ذوي ثقافة غربية، واطلاع على الواقع الغربي.

5.2 ـ متابعة التحصيل والتدريب:

أشرنا إلى ما استخلصته دراسة السيدة لودفيغ من أن متابعة التدرب والاطلاع والقيام بدورات تدريبية والسفر لمتابعة التطورات شكّلت أحد العوامل المساعدة للإعلاميات، ونرى الأمر نفسه مع النساء اللواتي لديهن مواقع ليس فقط أمام الشاشة بل وراء الكاميرا. فمسؤولة قسم برامج الأطفال في تلفزيون «المنار» قامت بعدة دورات، والسيدة حمدون قامت كذلك بعدة دورات تدريبية، وأيضاً السيدة داغر في الـ MTV، قامت بدورة تدريبية في فرنسا بناءً على منحة فرنسية ولكنها في المرة الثانية اضطرت إلى أن تناضل لتحصل عليها. إن السعي إلى التدريب والتعرف إلى مناهج جديدة في الاتصال والإعلام، لا تتم دائماً من خلال المؤسسة، إذ إن البعض حرصن على متابعة دورات بعد أن أخذن إجازات من العمل وعلى حسابهن الخاص. ولكن هذا لا يعني أن المؤسسات غير مهتمة بتطوير عمل أفرادها، ففي الـ NBN و«المنار» هناك تحضير لإرسال بعثات إلى الخارج، وبالطبع يتمّ الاختيار من الجنسين وفي تلفزيون «المنار» في توصيفهم للمهام يطلب إلى العاملين الإشارة إلى الدورات التي يشعرون أنهم بحاجة إليها.

III ـ الفرق في تعامل كل من المرأة والرجل مع عملهما:

في التمييز بين مقاربة كل من الرجل والمرأة لعملهما لا بدّ من العودة إلى طبيعة عمل كل منهما والقسم الذي يعمل فيه. ولكن إذا حاولنا أن نجمع بعض الخصائص وكما ترِد من أصحاب العلاقة أنفسهم، يمكن القول إن البعض يشدد على الصفات النسائية المعروفة: الذوق الأنثوي، الصبر، حركتهن السريعة، وإقناع المرأة يبدو أسهل من إقناع الرجل. ولكن يبدو أن هناك ميلاً إلى القول إن المرأة **فعّالة أكثر من الرجل، ويتم تمييز صبايا الجيل الجديد عن الجيل السابق**: فهن طموحات أكثر، ولديهن فضول قوي ويأخذن المبادرة، كما أنهن دقيقات أكثر في العمل. ولكن **يبدو أن الشباب يتمكنون بسهولة أكبر من تجاوز المسائل الشخصية والانخراط في العمل**. وفي الأعمال التي يتواجد فيها الجنسان يتمّ أخذ الجندر بعين الاعتبار، فالسيدة جروج تضع الشاب كضمان للعمل الميداني وترى السيدة ترك «أنه من المفيد للتلفزيون أن يكون هناك بعض الذوق الأنثوي في بعض أقسامه، (قسم البرامج، الذي يعد شبكة البرامج وكذلك في الرقابة على البرامج) ذلك أن أكثر المشاهدين هن من النساء، كما أن العمل في التلفزيون يتجه أكثر إلى أن يكون عملاً للنساء، خاصة في المونتاج والترويج». وترى أيضاً أنه من المناسب أخذ رأي المرأة لتحديد البرامج والمقاطع التي تحذف، إذ إن الذي يقرر هو دائرة البرامج التي تأخذ بعين الاعتبار رأي الأمن العام، ومن المفيد أن تكون هناك سيدات في هذا القسم. **وتتفق أغلب السيدات اللواتي قابلناهن على التزام المرأة أكثر من الرجل بعملها**. ويرى السيد محمد الموسوي «أن المرأة عندما تعمل في مجال الرجل فإنها تأخذ منه على مستوى الصفات والتصرفات وطريقة التعامل مع الآخرين». وفي تلفزيون «المنار» يرى المدير العام أن الصبايا ينفذن أعمالهن بشكل أسهل من الرجال ولكنه يرى أن الأمر يعود إلى كون الأعمال المناطة بهن هي أسهل «ودون مستوى الأعمال التي يقوم بها الرجال». ويبدو أيضاً لدى الصبايا **همّ الاحترافية (Professionnalisme) ليس بمعنى الوظيفة (ذهنية موظف) بل بمعنى أن يكون العمل بمستوى ما يقدم في الخارج**. ويبدو هذا الشعور مشتركاً بين الكثيرات، خاصة مذيعات ومحررات الأخبار. كما أن النساء ترى أن هناك خلطاً كثيراً في الأعمال وتوجيهها من قبل الرؤساء، إذ يشكون من انعدام الثقة بهن،

حيث يعطي المديرون ثقتهم لبعض الشباب والموظفين، لكنهم لا يعطون ثقتهم للمرأة ولعملها.

وتبدو الهجومية والعدوانية من بعض الصفات التي تتمتع بها المرأة في بعض المواقع المسؤولة وهي لا ترفض هذه الصفة بل تقرها وتؤكد عليها. ويبدو أنهن يفصلن كثيراً بين حياتهن العملية وحياتهن الخاصة، فلم نلتقِ أي سيدة في أي موقع مسؤول تقول إن لها علاقات صداقة مع زملائها خارج العمل وخاصة مع رؤسائها. أما الرجال في المواقع المسؤولة فلديهم صداقات مع رؤسائهم، والموظفين (الرجال) العاملين معهم. هذا الفصل المتعمد بين الشخصي والمهني (مع إمكانية قيام بعض الصداقات، التي بدت محدودة، بين النساء أنفسهن) يبدو أنه يشكّل حماية للصبايا يتمسكن بها. وربما يجب أن نميّز تلفزيون «المنار» الذي يبدو أن المسؤولين (الرجال) فيه يتعاملون ببعض الأبوة مع العاملين معهم. فلقد أشار المدير إلى أنه على علاقة ود مع الصبايا والشباب، والجميع يعرف زوجته، كما أنه يعرف زوجات العاملين (وليس أزواج العاملات) معه، وهناك تزاور بينه وبينهم. ولكن ربما يرجع ذلك أيضاً إلى خصوصية الالتزام السياسي وإلى ذهنية النضال التي يعملون من خلالها في المؤسسة، إذ أشار أكثر العاملين فيه إلى أنهم ينظرون إلى عملهم في «المنار» على أنه «رسالة».

وبخصوص تقبُّل السلطة يرى السيد حسيني أن كل من الشباب والصبايا يتقبلون السلطة ولكن الفتيات يتقبلنها بسهولة أكثر، لأن المهام المطلوبة منهن أسهل من تلك المطلوبة من الشباب. ويرى أحد المسؤولين الإداريين السابقين بأن العمل مع الصبايا أكثر طراوة من العمل مع الشباب. وتميل الصبايا إلى التعامل مع رؤسائهم بنوع من البنوة، إذ بهذه الوجهة يأخذن النصائح المهنية والشخصية.

1 ـ العلاقة مع الزملاء:

أشرنا أعلاه إلى أن المرأة تفصل بين حياتها الخاصة وعملها وعلاقتها مع رؤسائها وزملائها، ولكن كيف تتعامل معهم خلال العمل، خاصة أن العمل التلفزيوني هو عمل فريق، ولا يمكن أن تقوم به خارج التعامل مع فريق القسم الذي تعمل فيه.

من المفيد ربما الإشارة إلى أن بعض المعدات والمسؤولات يفضلن العمل مع رئيس مجلس الإدارة مباشرة. وهن لا يشعرن بالمسؤولية إلاّ تجاهه، سواء كن يعملن على القطعة أو «موظفات» في المحطة. كما أن المسؤولة عن فريق تتعامل مع أعضاء فريقها بتفهم أكثر وتحاول أن لا توجه الإنذارات المكتوبة إلاّ بعد أن تكون قد أعطت إنذاراً شفهياً وأعطت المرؤوس فرصة لتصحيح خطئه. ورغم قلة السيدات اللواتي يتجاوزن الأربعين، فإن وجودهن في العمل وبوضع مسؤول يجعل منهم ضمانة للصبايا. فالسيدة داغر تتعامل معهن بأمومة وتعمل على تشجيعهن، وترتبط معهن بنوع من الصداقة، بينما تبقى على مسافة في تعاملها مع الشباب.

من ناحية أخرى ليس للسيدة جروج أي علاقة صداقة مع الشباب أو الصبايا في الفريق الذي تديره، مع أنها كانت تثق بأحد العاملين، ولكن صداقتها معه لا تتجاوز إطار الدعم ولم يتطور إلى صداقة خارج العمل، إذ ليس لديها وقت للصداقات، كما تركّز على قرارها في الفصل بين حياتها المهنية والشخصية. فصداقاتها مشتركة مع زوجها الضابط في الجيش، وترى أن المرأة لا تواجه الرجل، إذ في كثير من الأحيان وخلال زيارات ولقاءات لها مع الآخرين يكون لديها أحياناً أشياء تقولها حول موضوع معيّن تتمّ مناقشته ولكنها تسكت، لأنها في حال تكلمت تكون تواجه الرجل الذي تتكلم معه. وهذه حالة تكلمت عنها إحدى السيدات اللواتي عملت معهن في مجال التمكين الذاتي للمرأة، إذ أشارت هذه السيدة إلى أنها أحياناً تكون تعرف الأجوبة والموضوع ولكنها لا تناقش زوجها في الأمر، لأنها لا تريد أن تواجهه ولكن بإمكانها أن تجيب أي رجل آخر غير زوجها. وإحدى الصديقات قالت في أحد اللقاءات إنها لا تواجه الرجل؟ فما هو المقصود من ذلك الكلام؟ وأين تضع سيداتنا هذه الحدود النفسية والمعنوية في حراكها الاجتماعي وفي العلاقات التي تربط بين النساء والرجال في العمل وفي الحياة الاجتماعية والعائلية، وأين يجب أن تصمت خلال النقاش مع الرجال وفي المواضيع المهنية والعملية والثقافية التي يلتقيان من خلالها؟؟ (تذكرني هذه الأقوال بكلمة لأحد المؤلفين أن المرأة ليست روائية بليغة لأنها لا تقول كل الحقيقة). سؤال يبدو بالنسبة لي أنه لا بدّ من طرحه على النساء لتتمكن من الإجابة الواضحة

ولنتعلم أصول حراكنا وخطابنا وحدودهما ولنوضح لأنفسنا هدفنا.

من الملاحظ أن المرأة المسؤولة تفضل أحياناً أن تكون مسؤولة عن شباب وليس عن صبايا، لأنها تعتبر أنه من الأسهل لها توجيه «أوامر» إلى الشاب الذي يضطر إلى أن يقبل لأنها سيدة ويخجل في حال معارضتها أن يبدو فظاً (الرجل إذاً يضع حدوداً في مواجهته للمرأة)، بينما تجد صعوبة أكثر في أن تقول لفتاة (خلال المونتاج مثلاً) أن تحذف أحد المشاهد، وقد تكون هذه الفتاة في مستواها العلمي نفسه. وهذا ما أكدت عليه أيضاً مسؤولة أخرى، إذ ترى أن الصبايا مترددات ولا يقبلن سلطتها بشكل مباشر ويعترضن على مركزها أكثر من الشباب. كما أن السيدة المسؤولة تفضل الصراعات التي تنشأ بينها وبين الرجال على تلك التي تنشأ مع السيدات الآخريات؛ (هل يصح ما يُقال من أن أعدى أعداء المرأة هي المرأة؟؟) إذ تجد أن الرجل صريح في عداوته، بينما لا تعرف من أين ستأتيها الضربة التي توجهها المرأة التي تخطط وترسم لخطواتها بكثير من الدهاء؟ وإذا كان وضع سيدة في مركز مسؤول يلقى الاعتراضات من الشباب والصبايا، فيبدو أن المسؤولات يواجهن المسألة بشرح الأمر بعقلانية للشباب وبالتواضع وكسب صداقة المرؤوسات.

كما أن التنافس بين الصبايا، كما يرى أحد المسؤولين، هو أشد منه ما بين الصبايا والشباب. ويرى أن بينهن حرب بشعة. ويضطر إلى أن يبيّن لهن أنهن جميعاً خاسرات في هذه المعركة. كذلك ترى إحدى المحررات أنه إذا أثنى المسؤول على عمل إحداهن، فإن الباقيات لا يرتحن لذلك. وتشتد المنافسة بين مذيعات عالم الصباح. في قسم التصوير في «تلفزيون لبنان» حيث هناك مصورتان، كما أشرنا سابقاً، فإن العلاقة بينهما ليست تنافسية بالمعنى السلبي، إذ تشكل الآنسة «دونا» موقعاً تشجيعياً للآنسة رنا التي استطاعت أن تحصل على موقعها كمساعدة مصور لوجود الآنسة دونا قبلها. ولكن هذا لا يمنع من وجود «نوع من التنافس المهضوم بينهما».

وإذا كانت العلاقة التي تربط مسؤول القسم مع الصبايا العاملات معه مبنية على الصداقة والاحترام وعلى عدم وجود «الأملية» حيث يتم احترام حدود معيّنة

في هذه العلاقة، فإن العلاقة بين أفراد الفريق المختلط تتسم في غالب الأحيان وكما سمّاها أحد المسؤولين بـ «promiscuité» أي الاختلاط والتشوش؛ حيث لا يتبيّن المسافات والحدود بينهم. إذ «ثمة غموض انفعالي في علاقات الشباب والصبايا بعضهم مع بعض، أحياناً هناك مسافة كبيرة، وفي بعض الأحيان ثمة تقارب يبدو مشبوهاً». وفي مقابلة مع السيدة سعاد قاروط العشي، صرحت أن علاقاتها مع زملائها في العمل لا تدخل ضمن علاقاتها الاجتماعية الشخصية، رغم أنها تتلقى اتصالات منهم ورغم المودة التي تكنها لهم، وأشارت إلى أن ذلك يبقي جو العمل نظيفاً.

2 ـ صداقات الموقع المشترك:

إذا كانت العلاقات الشخصية داخل العمل قليلة بالنسبة للمرأة، فهذا لا يمنع وجود نوع من الصداقات بين المسؤولات عن بعض الأقسام. ففي تلفزيون «المنار» ثمة صداقة تربط مسؤولة البرامج الاجتماعية ومسؤولة برامج الأطفال، وبين السيدات اللواتي يتمتعن بموقع معيّن في إعداد البرامج. وذلك على عكس ما يجري في تلفزيون آخر، حيث علاقة مسؤولة النشرة الفرنسية السيدة نجوى أبو الحسن محدودة مع الرؤساء، بينما صداقتها تتجه إلى أعضاء الفريق الذي تعمل معه، وترى أنها تشكّل وإياهم عائلة واحدة. وربما يمكن ربط هذا الأمر بالالتزام الذي تقدمه المرأة لعملها، وبوضع المرأة الاجتماعي (عزباء أم متزوجة) إذ إن السيدات، في الحالتين اللتين تعاملن فيهما بنوع من الصداقة مع الفريق أو مع نساء القسم الذي يعملن فيه، كن عازبات.

3 ـ الدراسة:

في كتاب «الطلاب الجامعيون في لبنان واتجاهاتهم» يبيّن المؤلفان أن نسبة التوافق بين الاختصاص والمهنة في الإعلام والتوثيق تبلغ 25٪. وإذا كان أغلب الإعلاميات والإعلاميين الذين قابلناهم، قد تخرجوا من كليات الإعلام (خاصة من الجيل الجديد)، (الجامعة اللبنانية والجامعة اللبنانية ـ الأميركية) والأقلية منهم درست الاختصاص في الولايات المتحدة، لا تبدو أهمية الاختصاص عاملاً مهماً في بعض المجالات وخاصة تقديم وإعداد البرامج، بينما يشكّل الاختصاص عاملاً

مساعداً، إضافة إلى الخبرة، في تبوّؤ مراكز مسؤولة في المجالات الفنية: إخراج، تصوير، مونتاج. . . ، حيث أدى ذلك إلى تبوُّؤ امرأة مركز مديرة الإرسال، السيدة بزي جروج، بينما وكما رأينا أن السيدة بديعة بيضون، رغم تخصصها في الإعلام في الولايات المتحدة، لم يساعدها ذلك على التدرج في عملها. إذاً ما هو دور الاختصاص في العمل الإعلامي؟ تقول السيدة جروج أن تعاملها مع زملائها يختلف ليس بكونهم رجالاً أو نساء فقط بل بكونهم متخصصين في الإعلام أم لا، وترى أن التخصص يساعد ويختلف جو العلاقة بين الزملاء الذين درسوا الإعلام وبين من لم يدرسه وجاء إلى المهنة من أبواب أخرى. مقابل هذا «الدعم» للمختصين، نرى رأياً مغايراً للسيد واصف عواضة الذي يقول إنه تعرّف إلى «دكاترة» في الإعلام وعمل معهم ولكنهم فشلوا، وهو لا يعطي أهمية للدراسة بل للعمل الجاد والخبرة، حيث يعيد القول الذي يرى أن أنجح صحافي هو الذي يبدأ من المطبعة، ويرفض مقولة أن يبدأ الصحافي «الإعلامي» في موقع مسؤول بل عليه أن يتدرج، وإذا كان يرفض الآن أن يبدأ في أي مؤسسة من موقع عادي، فذلك لأن لديه الآن خبرة طويلة في المهنة.

لعل ما يقول به السيد عواضة لا نجد التأكيد عليه في الكثير من المواقع، إذ إن العنصر الشاب (في الثلاثينات وما دون) هو المسيطر على أغلب التلفزيونات، وفي مراكز مسؤولة. يساعدهم في ذلك دراستهم في كليات الإعلام. دون أن يكون ذلك هو العامل الأساسي في تبوُّئهم هذه المراكز والمواقع، فإنه قد يمكن القول إن الدراسة تساعد، رغم النقص في بعض كليات الإعلام التي لا تؤمن لطلابها دراسة الإعلام المرئي (التلفزيون). ويمكن القول إن الاتجاه يميل إلى تفضيل المختصين، خاصة في المجال الفني كما أشرنا.

IV ـ النظرة إلى العمل الإعلامي والمرأة الإعلامية:

ربما لا بدّ من التساؤل حول ما الذي يجذب المرأة إلى العمل الإعلامي سواء أمام الكاميرا أم ورائها. قد تكون النظرة إلى العامل في الإعلام على أنه يملك سر هذه الآلة السحرية التي نستطيع أن نحصل على نتائجها بمجرد الضغط على زر ونحن مستلقين على مقاعدنا في جلسة مريحة في المنزل. يتمّ عادة تشبيه مشاهدة

التلفزيون بمشاهدة حلم، والحال ألم تشكّل الأحلام عبر العصور سراً لم يملك مفاتيحه إلاّ العارفون بالغيب والأنبياء والسحرة؟؟ هل يشكّل العاملون بالإعلام سحرة العالم الجديد الذين يعرفون بواطن الأمور وأسرارها؟ من ناحية أخرى هل يستطيع أي إنسان أن يعمل في الإعلام سواء أكان رجلاً أم امرأة؟ إلاّ نملك في مخيلتنا أن الإعلامي هو الإنسان الحديث بامتياز؟ لعل من الصعب تأكيد هذه الافتراضات بسرعة، لذلك سألنا هؤلاء العاملين عن نظرتهم إلى الإعلامي والإعلامية، وصورتهم عن هذا العمل الذي يقومون به، وملاحظتهم على هذه الصورة. ولعله من اللافت للانتباه إجابة إحدى المخرجات الشابات عن هذه الأسئلة بقولها: «أتخيل أن المرأة الإعلامية...» إن اعتمادها على التخيل لوصف واقع تعيشه، يبيّن ويظهر، ربما، إحباطها من الصورة الفعلية التي تراها في الإعلامية وما تنتظر أن تكون عليه، إذ إنها «تتخيل» أن المرأة الإعلامية هي إنسانة «متحررة، ومرتاحة أكثر في تعاملها مع ذاتها ومع الآخرين». أليست هذه هي الصورة التي تتمناها المرأة الحديثة عن نفسها وتحاول جادة بلوغها؟؟

يبقى أن واقع المرأة الإعلامية وكما يبدو من كلام الإعلاميات والإعلاميين. (إذا فهمنا بذلك كل من يعمل في التلفزيون وليس فقط من يظهر على الشاشة) وهذا ما تشدد عليه الآنسة جنان ملاط، إذ تقول إن هناك خطأً شائعاً، وهو أن المقدم في التلفزيون هو التلفزيون، وأن المقدم هو جزء من آلية طويلة عريضة). كما نرى اعتراضاً على صورة المقدمة، إذ تعترف إحدى المقدمات أن المعروف عن المقدمات أنهن جميلات، بينما يجب تغليب صورة أخرى وهي أنهن مهنيات. ففي الخارج يمكن لمقدمة أو مذيعة أن تكون غير جميلة ولا يمنعها ذلك من الظهور على الشاشة. ويبدو اعتراض المقدمة أنه موجه إلى واقع الإعلامية اللبنانية وليس إلى صورة متخيلة. أما في ما يخص العمل فيبدو أن الوصول والنجاح هما هدف لا تمتنع الإعلامية من أجله عن القيام بأي عمل، وكل الوسائل مباحة من أجل هذا الهدف. وإذا كانت الجرأة صفة إيجابية فإن الكثيرات، كما يُستنتج من كلام أحد المسؤولين، لا يتورعن عن الوقاحة. يبدو أن الفصل بين هاتين الصفتين صعب على الإعلاميات، إذ إن هذه الملاحظة تقدم بها أكثر من شخص واحد ممن قابلناهم. ويقول أحد المسؤولين أنه اضطر إلى صرف إحدى المذيعات من العمل

لأنها تجاوزت أحد الأصول في تعاملها مع مصدر للخبر لتحصل على الخبر. وتنعكس هذه الصفة لتمتد إلى طبيعة علاقة الإعلاميات بعضهن مع بعض.

من ناحية أخرى يتمّ التمييز بين مذيعات الربط ومقدمات البرامج، فالمطلوب من الفئة الأولى الجمال فقط، بينما تتمتع الأخريات (يجب أن يتمتعن) بالثقافة والكاريزما والشخصية والحضور. (عزت إحدى الصحف، في تحقيق لها حول فصل ثلاث مقدمات برامج ناجحات في ثلاث محطات للتلفزة، أسباب توقيف برنامجهن وفصلهن إلى أنهن تجاوزن حدودهن السياسية في البرامج التي يقدمنها (والبرامج الثلاث هي مقابلات سياسية)، ولم تتم الإشارة إلى تجاوزهن سناً معيّنة...).

وأيضاً من صور الإعلامية هي النجومية وعدم التواضع والهشاشة كما تصفهن إحدى المسؤولات، بينما الإعلامية الغربية والإعلامي الغربي يتمتعان بالتواضع، كما ينقص «نجوم» الإعلام اللبناني تعلم كيفية تنشيط جماعة «animation» وهذا أيضاً ما يخضع له النجوم الغربيون، رغم اعتقادها أن الجمهور يملك صورة إيجابية عن المرأة الإعلامية. وتميّز مقدمة برامج في «المنار» بأن ثمة هشاشة عند المرأة الإعلامية عامة، ذلك أنهن وصلن بواسطة معيّنة، كما ترى أن هناك كلاماً عن العمر، وترى أن هذه المسألة لا وجود لها في المحطة التي تعمل فيها. (لا بدّ من تمييز النظرة إلى مذيعات «المنار» حيث ومن خلال نقاش عادي مع بعض النساء عن رأيهن بالمذيعات قلن إن مذيعات «المنار» يختلفن عن غيرهن، وربما يعود ذلك إلى اللباس الشرعي الذي تلتزم به العاملات في هذا التلفزيون، وقد يكون من المفيد الإشارة إلى أن إحدى مقدمات البرامج في «المنار» رفضت الاستمرار في تقديم برنامج للألعاب). ولكن بالإجمال فإن نظرة العاملين في هذا التلفزيون إلى إعلاميات التلفزيونات الأخرى ليست إيجابية. فهم يرون أن العمل في «المنار» رسالة، وتتردد صورة الشموع التي تضيء لتنير الدرب أمام الآخرين. غير أن إحدى محررات «الأخبار» قالت: ليس لدي معلومات عن المرأة الإعلامية في التلفزيونات الأخرى، ولكنها بالتأكيد تتعرض لضغوط كبيرة في العمل وعليها أن تكون صبورة وأن تتمتع بروح التحدي والمتابعة.

ويتفق الجميع، مسؤولين ومقدمات ومسؤولات، على التمييز بين الجيل القديم من الإعلاميات والجيل الجديد. وإنه إذا كان هناك «نجمات» اليوم في الإعلام، فإن وراء ذلك عملاً كثيراً بالنسبة إلى الجيل الجديد. إلاّ أن السيدة قاروط العشي، وفي إحدى المقابلات معها، قالت إن التلفزيون قدّم لها أكثر بكثير مما قدمت له، أي ربما يمكن القول إنه في ظل الوضع الحالي للعمل في محطات التلفزة ووفرة الوافدين والوافدات على هذا المجال صار من الصعب بلوغ مرحلة «النجومية» والحفاظ عليها، فالتنافس كبير ويتطلب النجاح الكثير من الجهد. ولذلك ربما جاء تركيز الآنسة أبو الحسن على الجهد والعمل اللذين تقوم بهما «النجمات» والتي ترى أن شخصاً يستطيع أن يصنع الفرق. وتجدر الإشارة إلى أن وضع المرأة منقوص في الإعلام، كما ترى ذلك السيدة بديعة بيضون وأنه رغم وجود النساء بكثرة في التلفزيون، فإن الرجال يتقدمون في مواقعهم فقط لأنهم رجال. وهي أيضاً تعتقد أن النظرة العامة من الجمهور تعبّر عن وهم وهو أن العمل في التلفزيون شهادة بأن الشخص جميل وناجح جداً. كما أن الناس يُبدون بالشخص الذي يظهر على الشاشة إعجاباً أكثر من اللازم دون أن يكون هذا الشخص يستحقه فعلياً. وهذا ما يسمح بالقول إن المرأة الإعلامية تحصل على تقديمات أكثر من المرأة العادية، كما يُعتقد أنها أجمل وأذكى من بقية الناس.

وترى بأن الشخص الذي يعمل في الإعلام يعتبر شخصاً غير عادي. وترى الآنسة فاطمة بيضون أن العمل بحد ذاته وليس فقط العمل في الإعلام هو ما جعلها ترى الفرق بينها وبين النساء العاديات حيث كانت تقيم في فرنسا وفهمت باكراً أن عليها أن تحقق ذاتها من خلال عملها. وترى بالتالي أن العمل هو ما قدم لها وليس فقط العمل في الإعلام. ولا ترى نفسها مع رجل يحميها. ويبعدها هذا عن رؤية نفسها كامرأة تقليدية. أهمية العمل بحد ذاته وليس طبيعته الإعلامية هو ما ركّزت عليه أيضاً السيدة أبي ناضر، إذ لا ترى نفسها تختلف عن أي امرأة عاملة.

وهذا ما يمكن أن نستنتجه أيضاً من أقوال السيدة سنا اياس، إذ إنها لا ترى أن عملها الإعلامي قد حقق لها الكثير لأنها امرأة، ولا تشعر أيضاً أنها خسرت كونها امرأة أيضاً، وترجع ذلك إلى أن عملها هو في قسم هامشي. وربما يمكن

فهم ما تقوله من أنها لا تظهر على الشاشة وإن كانت قد قدمت الأخبار باللغة الفرنسية في الإذاعة في فترة من عملها. وهذا التفاوت في رؤية «حسنات» الإعلام يمكن أن يُفسَّر بالتالي بالفرق في الوضعية بين الإعلاميات اللواتي يظهرن على الشاشة ومَن يعملن خلف الكاميرا أو في الكواليس، إذا أمكن قول ذلك.

ويتفق البعض أن للمرأة فرصة كبيرة للنجاح في الإعلام، مع التركيز على أن بعض المواقع فيه قد أصبحت للمرأة. فمثلاً، تقول الآنسة جنان ملاط إنها حاولت، عندما كانت مديرة للقناة C33، أن تضع رجلاً بموقع مذيع ربط، فكانت النتيجة الفشل، لأن الجمهور لم يتقبل ذلك، دون أن يعني الأمر أن عمل المرأة في الإعلام هو فقط في هذا الموقع.

وبالسؤال حول هل ترى المرأة الإعلامية نفسها امرأة عادية، أو تقليدية، وما هي صورة المرأة التقليدية؟ اتفقت أغلب اللواتي قابلنهن على القول إنهن لسن نساء تقليديات، وإن لفت انتباهنا جواب الآنسة لور طه حيث قالت إنها إنسانة محافظة ولكنها ليست تقليدية؛ وإنها لا تشعر بنفسها متميّزة عن النساء العاديات، ولكنها تابعت، إن ذلك ربما يعود إلى أنها مبتدئة في عملها الإعلامي.

أما بالنسبة إلى صور المرأة العادية أو التقليدية، التي ترتسم من خلال أقوال الإعلاميات والإعلاميين الذين قابلناهم، فيمكن القول إنها امرأة غير طموحة، وغير مسؤولة عن نفسها وقرارتها التي يمليها عليها الزوج، وإنها وإن كانت لا تعمل، فلا يعني ذلك أنها تجيد العناية والاهتمام بالأولاد، الذين لا تعني رعايتهم بالنسبة لها سوى الاهتمام بنظافتهم و«حشوهم» بالطعام، كما أنها المرأة التي تغدق على أولادها عاطفة بدون حساب، ولا تهتم بفردية كل واحد منهم وبنفسيته وخصوصيته، ولا تعرف أهمية العقاب ودور سلطة الأهل. كما أنها المرأة التي لا تعمل خارج البيت، واهتمامها منصب على تنظيف البيت والزوايا، وعلى علاقاتها الاجتماعية، وأنها تعيش بداية القرن الواحد والعشرين ولا تطبقه.

أما النساء اللواتي قابلناهن فيقدمن عن أنفسهن صورة متميّزة عن هذه الصورة التقليدية للمرأة، فمنهن من ترى نفسها: غربية التفكير، إذ إن النمط الشرقي يؤدي إلى مشاكل، رغم أن الحرب اللبنانية، كما ترى السيدة سولانج داغر، قد أدت إلى

حرية زائدة في لبنان، وإلى ضياع في الهوية. إلاّ أن المرأة الحديثة هي التي «تعرف نفسها وتديرها نحو الأفضل»، وترى السيدة جروج أنها طموحة جداً، وهي في آن معاً إنسانة متحررة وغير متحررة، فهي متحررة في عملها بينما علاقاتها الاجتماعية محددة في علاقات زوجها، وهي رغم عدوانيتها في العمل، فإنها تمتنع عن مناقشة رجل في موضوع قد تكون تعرف فيه الكثير، ولكنها لا تواجهه أو تناقشه لأنه عندها تكون تواجه الرجل، وهذا ما لا تريده. وتلفت النظر إلى أن عائلتها تقليدية. فهي عندما اختارت هذا الفرع للدراسة واجهتها معارضة من والدها ولكنه قبل في النهاية. وكذلك عندما بدأت العمل في الجيش تعرف والدها على العميد، وفي إحدى محطات التلفزة جاء والدها إلى مركز العمل واطلع على شروطه ووضعها فيه. ومن جهة أخرى ترى أنها قد تأثرت بوالدتها التي لا تعمل (كانت ممرضة قبل الزواج) ولكنها مع ذلك امرأة قديرة، إذ إنها كانت تقوم بعمل المنزل وبالطبخ مع أنها تعاني من شلل في يدها. وهي تطبق طريقة والدتها في تدبير المنزل، وبالتالي فإن النظرة إلى المرأة التقليدية، بأنها لا تعمل، لم تمنعها من رؤية إيجابيات الأمهات والأخذ من صفاتهن. فالسيدة أبي ناضر ترى أن والدتها هي قدوة لها في حياتها العائلية. غير أن الآنسة أبو الحسن تشعر أن والدتها ليس لديها شعور بأنها مرأة، رغم أنها ترى أن ثمة معنى إيجابياً في مفهوم المرأة التقليدية، ولكنها لا تملك نفسها ومسلوبة الإرادة.

ويمكن أن نرى النظرة الحديثة للإعلاميات ليس فقط في العمل الخارجي، وإنما في علاقات الأمومة التي هي نفسها تغيّرت. فالسيدة سلام سعد ترى أن دور الأم كأم في علاقتها مع أولادها قد تطور، إذ ورغم أن الأم التقليدية قد لا تعمل خارج المنزل فإنها لا تعطي الوقت والاهتمام والرعاية اللازمة لأولادها. لذلك هي لا ترى المرأة التقليدية من زاوية عملها خارج المنزل فقط بل في طبيعة العلاقة التي تربطها مع أولادها وزوجها. ولذلك فإن السيدة سلام سعد قد توجهت بعملها الإعلامي نحو الأمور الاجتماعية والعائلية، ووجهت برامجها ليس فقط إلى نساء الطبقات الفقيرة بل وإلى نساء الطبقات المتوسطة، حيث لمست هذا الوضع عندهم. وتعرّف المرأة التقليدية بأنها، بالإضافة إلى ما سبق، هي التي تقعد في البيت وتدلع زوجها ولا تعي حريتها. وما تلفت إليه الانتباه الآنسة صعب لتؤكد

عائلي، تعويضات مدرسية، ضمان اجتماعي، وهي أمور تتكلفها الإدارة على الرجال العاملين لديها، بينما لا يكون للمرأة مثل هذه الأمور حتى لو كانت عزباء فنادراً ما تكون وحيدة تتحمل أمور عائلة والديها. وكذلك في حال الطلاق، فإحدى السيدات اللواتي قابلتهن مطلقة مع ولد، ولكنها لا تتقاضى أي تعويض عائلي عن ابنها ولا تعويض مدرسي لأنها بحاجة إلى إفادة بأن زوجها السابق لا يتكفل بأمور ابنه، وفي هذا إهانة لها ولزوجها السابق ولابنها. بالتالي يبدو أن النساء وإن كن أساساً لا يتقاضين راتباً أقل من الرجل، فإن عملهن يوفر على المؤسسة الكثير من الأعباء التي تكون مجبرة على تقديمها للرجل، الذي يحصُل في النهاية أكثر من المرأة. كما أن طبيعة عمل المرأة: العمل على القطعة وهو النمط الغالب بالنسبة للنساء يوفر أيضاً على المؤسسة التزامات وتعويضات تدفعها للموظف الداخل في كادر المؤسسة، وما لفتنا النظر إليه من أن المرأة تقوم بأكثر من عمل عندما تكون في مركز مسؤول وكون المرأة عزباء في أغلب الأحيان).

في نمط الحياة، ربما تجب الإشارة إلى أن المتزوجات من اللواتي قابلناهن لديهن خادمات، وبالتالي يقلّ اعتمادهن على الأهل لرعاية الأولاد، بينما هذه العادة كانت، ربما منتشرة أكثر في الجيل السابق، مهما كان نوع العمل، وأيضاً أن أغلب المتزوجات يعملن على القطعة فبالتالي لديهن حرية تنظيم الوقت أكثر من العزباوات. والسيدة كلود أبي ناضر مثلاً، تقول إنها فسرت لأولادها أنها تعمل، وأن عليهم أن يحترموا عملها. وهي ترى نفسها مستقلة بتشجيع من زوجها الأستاذ الجامعي، الذي يقيّم عملها إيجابياً. كما أن عملها يؤمن لها الإشباع لأنه جميل لكنها تدفع الثمن من الـ stress الذي تعيشه باستمرار.

السيدة بزي جروج، (المتزوجة من ضابط من دين غير دينها) كان أهلها قبل زواجها يمنعونها من الذهاب إلى السينما وكذلك من السهر مع الأصدقاء ومن إقامة العلاقات معهم. والآن وبعد الزواج أصبحت علاقاتها الاجتماعية تتحدد بعلاقات زوجها وليس لها حياة شخصية خاصة بها (تلتقي بعض الصديقات القدامى من وقت لآخر وتتناول معهن الغداء) كما أنه ليس لديها الوقت الكثير لذلك.

وتشير السيدة سعد سلام إلى أنها لا تملك الوقت للقيام بزيارات اجتماعية،

وتستغل قراءاتها للاستفادة منها في عملها، بينما تبيّن السيدة بديعة بيضون أن قراءاتها هي في مجالات مختلفة عن عملها، الذي تحضر له ولكنه لا يأخذ من وقتها الخاص.

أما الإعلاميات العزباوات فإن نمط حياتهن الشخصية يختلف من محطة إعلامية إلى أخرى. وإن كانت الأغلبية تعيش مع أهلها، فإن للمرأة في تلفزيون الـ MTV وLBC حياة خاصة وأصبحت مسؤولة عن نفسها لدرجة أن مِن بينهن مَن استقلت عن أهلها واشترت شقة خاصة بها. ولعل هذا الأمر يعتبر تجاوزاً لطرق الحياة المتعارف عليها في مجتمعنا، وبالتالي لم يتقبل الأهل انفصال ابنتهم عنهم بهذا الشكل. إلاّ أن المعنية بقيت على علاقة مع الأهل، لإيمانها بأن ما تقوم به غير خاطئ، وتتامل مع الجيران وأهل حيها الجديد بشكل طبيعي، وتقول إنها تحاول أن تُفهمهم أنها مثلهم ولا تختلف عنهم إلاّ بهذا الأمر. (إنها تعيش وحدها) وهي تتلقى زيارات أصدقائها وصديقاتها في منزلها. غير أننا نجد أن الإعلاميات في تلفزيون المستقبل يعشن جميعهن مع أهلهن، مع اقتناعهن بأنه لا مانع لديهن من العيش وحدهن، وبأنهن يتكلمن عن الموضوع مع أهلهن ويتساءلن: إذا كانت الفتاة قد استطاعت أن تستقل مادياً واجتماعياً عن أهلها فلماذا لا يحق لها أن تترك بيت أهلها إلاّ إذا تزوجت؟ مع إشارة البعض إلى أن أهلهن لا يمانعون خروجهن في الليل مثلاً والمبيت خارج المنزل. وتدافع الآنسة نجوى أبو الحسن عن متابعتها العيش مع أهلها لأسباب مادية وعاطفية، كما ترى أن أهلها منفتحون وهي لا تواجه أي مشكلة معهم.

وبينما استقلت الآنسة ملاط في منزلها الخاص، ترى الآنسة طه (من تلفزيون «المنار») والتي تعيش مع صديقة لها في منزل منفرد أنها عمدت إلى هذا الحل لأن أهلها يعيشون في القرية، ولكنها لا تخبر أي من زملائها عن مقر وظروف إقامتها، وتجعلها ظروف حياتها، كونها تعيش وحدها، تتقيد أكثر بالنظام وتشعر بمسؤولية أكبر بالمحافظة على ذاتها وجعل علاقاتها رسمية أكثر في تعاملها مع الآخرين وهذا ما تراه الآنسة ملاط أيضاً، إذ تبيّن أن الاستقلالية مخيفة جداً حتى للمستقلين، فهناك مشاكل ولا بدّ من اكتساب احترام الآخرين. بينما ترى الآنسة صعب أن لديها حرية السفر وحدها، إلاّ أنه ليس من الممكن بالنسبة لها أن تعيش وحدها.

وإذا ركّزت بعض العزباوات على البعد الاقتصادي لعدم استقلاليتهن بمنزل منفرد عن الأهل دون زواج، لا يبدو لنا أن هذا هو السبب الحقيقي، ولا بدّ من التذكير بصعوبات العيش المنفرد بالنسبة لفتاة لا يقيم أهلها خارج المدينة، وبضعف البنية المجتمعية التي لا تعترف باستقلالية الأفراد، الذين لا يجدون أي حماية قانونية إذا تعرضوا لمشاكل أو مضايقات، بينما نجد أن المجتمع الغربي، وهو كما يبيّن لويس دومان، مجتمع تشكلت مؤسساته على أساس أنها متكونة من أفراد. فالفرد الغربي معترف بفرديته من خلال القانون نفسه ولهذه الفردية تاريخ طويل من الصراعات والانتصارات والانهزامات في الغرب نفسه، ويساعد على ذلك بنية العائلة الغربية نفسها التي تحد من سلطة الأهل على الأولاد بحماية من القانون، في حين أن القانون اللبناني يعتبر أن الأهل هم الأوصياء الوحيدون على ابنتهم ويحق لهم أحياناً قتلها (جريمة الشرف) بحماية من القانون. أما في الغرب وكما بينت ذلك مارغريت ميد في كتاباتها حول العائلة، فإن العقاب المادي يلعب دوراً أساسياً في التربية الغربية؛ فإذا كانت الابنة ترتدي ملابس لا يرضى عنها الأهل فإنهم يحرمونها من المال لشراء هذه الملابس. وما إن تبدأ الفتاة الأمريكية بالعمل وتحصل على راتب من عملها حتى لا تعود تشعر بسلطة الأهل عليها وبعجزهم عن فرض مثل هذه السلطة، يساعدها في ذلك قانون مدني وتنوع العادات والتقاليد في المجتمع (وهذا ما صرنا نراه في مجتمعنا حيث يوجد، وكما نرى من نمط حياة العاملات في الإعلام، تنوع في طريقة الحياة الحديثة والمختلفة عما كان متعارفاً عليه منذ فقط قبل الحرب)، وبالتالي فإن السؤال يطرح بالنسبة إلى الانتجاه عند فتياتنا إلى الاستقلالية عن الأهل، مع عدم وجود قانون مدني يحفظ هذه الاستقلالية ويشكّل دفاعاً لها يحميها بصفتها مواطنة، مَن الذي سيؤمن لها بعض الحماية التي وجدنا أنها تحاول أن تحصل عليها باتباعها للنظام وبالجدية والرسمية في التعامل مع الآخرين، كما في حالة الأنسة طه إذا كان القانون نفسه لا يعترف بهذا الأمر؟ ويتم التحايل عليه ممن يجدر بهم اتباعه وتطبيقه، فمن أين تتحصل الحماية والوقاية للفتاة التي تحاول أن تشق طريقها بنفسها؟؟ ألا تشكل العائلة في هذه الظروف غير المهيأة لا لاستقلالية الشاب ولا الفتاة، حماية ودعماً للفتاة فتبقى على علاقتها مع أهلها وتسكن معهم رغم استقلالها الاقتصادي والاجتماعي

عنهم؟؟ مما لا شك فيه أن عمل المرأة والشابة يؤثر على وضعها ضمن الأسرة وعلى رؤيتها لنفسها وللآخرين لها، وهذا ما يؤدي إلى ضرورة طرح السؤال على الدولة. أذكر أن رئيس الوزراء السيد رفيق الحريري قال في إحدى المقابلات، أو خطبه التي نقل الإعلام المرئي بعض منها، قوله: إن العادة جرت في لبنان بأن أحد أفراد العائلة يعمل ويعيش الآخرون من منتوجه وهو يريد أن يجعل من كل فرد من أفراد الأسرة عاملاً ومنتجاً. ومن هذا القول يمكن الاستنتاج أنه يريد أن يشجع عمل المرأة أيضاً، والسؤال هو ما هي الحماية وأية قوانين سترافق توسع عمل المرأة وانخراطها في العمل المنتج خارج المنزل، وكيف تدرس انعكاسات هذا الاتجاه على الأسرة في تدعيم فردية المرأة وتمكين دورها داخلها، في ظل قوانين لا تؤمن أي بديل مقبول وراع لهذه الفردية؟

وبالنسبة للعلاقة مع الأصدقاء والصديقات واختيار الزوج، يبدو أن إعلاميات «المنار» لا يمانعن الطريقة التقليدية شرط أن تتعرف عليه جيداً قبل الزواج، ويفضلن مشاركة الأهل وأخذ رأيهم في زوج المستقبل. والعلاقة مع الشباب تبدو عائقاً بالنسبة إلى الإعلامية المتزوجة والعزباء على السواء. إذ كما ترى السيدة جروج أنه كان لها صداقات ولكنها توقفت بعد زواجها، كما أنها أحياناً تمتنع عن خوض مواضيع معهم مع أنها تكون ملمة بها وذلك حتى لا تضطر إلى مواجهة الرجل مباشرة، بينما ليس للآنسة طه أي صديق شاب. وربما يجب لفت النظر إلى إعلاميات التلفزيونات الأخرى حيث لأغلبية العزباوات صديق شاب، تخطط معه لمشروع زواج. وتتم هذه العلاقات، بشكل عام، بمعرفة الأهل. هذا وترى النساء المتزوجات أن وقتهن لا يسمح لهن ببناء صداقات ولا حتى بالقيام بالزيارات وتقضي معظمهن الوقت مع الأسرة وبعض الأصدقاء المشتركين مع الزوج، الذي يبدو أن بعضهن يشعرن بالذنب تجاهه حيث يتملكهن الشعور بالتقصير نحوه ولكن يبدو أن الأزواج يتفهمون وضع زوجاتهم. والعمل يبدو كذلك على أنه خلاص من بعض الصعوبات التي قد تعيشها المرأة مع زوجها. وفي الحقيقة دهشت لوضع إحدى الإعلاميات، الشابة المتزوجة من دون رضى الأهل، والتي التزمت بقناعات زوجها الملتزم بعد أن كانت شيوعية الميول والعائلة وأنجبت ولدين بينهما معوق، تتابع حياة غير موفقة مع زوجها وتعمل بشكل يثير الإعجاب، إذ يبدو أن العمل

هو وسيلتها الناجحة لمواجهة وضعها العائلي الصعب.

قد يمكن القول إن المرأة في عملها الإعلامي تسعى إلى المحافظة على عائلتها التي تشكّل الركيزة الأساسية لها، وإن نمو فردية المرأة يترافق مع تغير تدريجي لمفهوم العائلة ولأدوار كل من أفرادها. فقد تطور دور الابنة فلم تعد تلك التي تتسلى في عمل بانتظار العريس، بل صار العمل هدفاً بحد ذاته، مع إمكانية تخفيف وتيرته عند الزواج، وصار بإمكان الفتاة أن تفكر باستقلالها ولو «الجزئي» عن عائلة أهلها.

V ـ في ما يشبه الخاتمة:

إذا كانت الحرب اللبنانية الأهلية قد شكّلت انعطافاً أساسياً في مجرى الحياة اللبنانية، ومنها بالطبع الإعلام، حيث كان لها أثر كبير في نشأة محطات التلفزة العديدة، فلربما كان لهذه الحرب وجهة إيجابية في أنها ساهمت في إعادة توزيع الأدوار الاجتماعية بين النساء والرجال دون أن نهمل التطور العالمي الحاصل على مستوى عمل المرأة، مع اعتقادنا أن الحرب ساهمت في تسريع تفكيك العلاقات الجندرية التي كانت قائمة. فإذا كان دور المرأة في التلفزيون قبل الحرب مقتصراً على أن تكون مذيعة ومقدمة ومساعدة ـ مخرج (الراحلة هند أبي اللمع) وكان هناك بداية لوجود مخرجات (السيدة هاسوسيان)، فإنها خلال الحرب وما بعدها قد دخلت مواقع جديدة في المؤسسة الإعلامية، وخاصة القسم الفني، الإعداد والتقديم، ورئاسة إحدى المحطات (C33)، فإنه يمكن القول مع ذلك إن موقعها لا يزال هامشياً، رغم قوة حضورها العددي، على الأقل. فالمواقع التي استطاعت أن تأخذ فيها مواقع متقدمة ومسؤولة كانت في مواقع هامشية (رئاسة محطة ناطقة باللغة الفرنسية، رئاسة نشرة أخبار ـ أيضاً باللغة الأجنبية، مديرة إرسال مسؤولة برامج)، وما استنتجته السيدة لودفيغ... في دراستها حول الإعلاميات (اللواتي يظهرن على الشاشة ـ صحافيات المرئي) أن أدوار النساء قد تغيّرت ولكن موقعهن لم يتغيّر. يبدو أنه لا يزال قائماً، ولكن لا بدّ من القول إنه ما من شيء قد انتهى، وإنه لكي يحصل تغيير على مستوى البنية، أي أن تتوصل النساء إلى أن يكن في موقع القرار لا بدّ أن يستند إلى قاعدة واسعة من الحضور النسائي في مختلف

المواقع، لكي يكون موقعها في السلطة طبيعياً، وليس الاستثناء. وهذه مسألة وقت وصراع طويل الأمد.

إن البحث الميداني الذي قمنا به، لم يحاول أن يدرس التوزيع الجندري في الإعلام المرئي من حيث «الصورة» وكما تظهر على الشاشة، وفي البرامج، أي القيام بمقارنة بين «صحافيي المرئي» (مقدمي البرامج، مواضيع برامجهم، صورة المرأة وأدوارها في هذه البرامج - مسلسلات محلية، مقابلات سياسية واجتماعية وثقافية - وهي لا شك مواضيع لا نزال بحاجة ماسة إليها)، ربما لنعرف على الأقل «النمط» الذي تتجه إليه قيمنا الاجتماعية الجديدة ولنقُل «قيم ما بعد الحرب الأهلية» ناهيك عن قيم العولمة والحداثة ومفاهيمنا عنها. حاولنا ببساطة أن ننظر إلى المؤسسة الإعلامية المرئية من «الداخل المباشر» و«تشريحياً» إذا أمكن قول ذلك. ومع اعترافنا بعدم شمولية هذا العمل، فإنه يمكننا مع ذلك أن نقدم بعض الخلاصات التي ربما تشي بواقع طبيعة عمل النساء في مؤسسات التلفزة، مع إمكانية أن ينطبق هذا الواقع على مؤسسات مختلفة غير إعلامية. إذ الملاحظ أن المرأة تنظر إليه، بالإضافة إلى تمييزه كإعلام، على أنه «عمل» مع كافة الانعكاسات التي يشتمل عليها واقع المرأة العاملة. إنه نموذج لواقع النساء اللواتي خرجن من مساحة الحياة العائلية إلى المجال الرحب، لينهضن بأنفسهن ويعشن حياتهن كتجربة فيها فرح الاكتشاف وخيبات ربما لا بدّ منها، كما هو شأن الحياة.

وكنتيجة، يمكننا القول:

1 - يظهر الاختلاف في واقع النساء في المؤسسة تبعاً للمؤسسة التي تعمل فيها. طابع أبوي في التعامل مع المواقع الجديدة للنساء؛ في «تلفزيون لبنان» المنفتح بحذر على مجالات جديدة لعمل المرأة (تصوير، رئاسة نشرة، تحرير)، تنافس وإثبات ذات في المؤسسات الأخرى، بينما يبقى تلفزيون «المنار» أكثر تقليدية في توزيع الأعمال بين النساء والرجال.

2 - تفصل المرأة بإصرار وتعمُّد بين حياتها الشخصية وعلاقاتها وبين حياتها العملية، باستثناء العازبات منهن واللواتي تجاوزن سناً معيّنة وفي موقع مسؤول.

3 ـ ما إن تدخل المرأة ميداناً كان حصرياً من اختصاص الرجل، حتى تتم إعادة توزيع جندرية للمهام داخل القسم: التصوير، والأخبار.

4 ـ إن المرأة التي تتوصل إلى مركز مسؤول تحافظ على بقية الأعمال التي كانت تقوم بها. وهنا لا بدَّ من السؤال هل يتم تعيين المرأة في هذه المواقع لأهليتها أم للتوفير؟ كما أنها لا تتمتع بكافة الامتيازات التي يتمتع بها الرجل في الموقع نفسه.

5 ـ إذا كانت المرأة تتقاضى راتب الرجل نفسه، رأينا أنها تقوم بمهمات أكثر، وهذا ما يعني أنها لا تتقاضى الراتب نفسه للعمل نفسه. بالإضافة إلى أنها لا تتقاضى ما يضاف إلى الراتب: تعويض عائلي، منح مدرسية، ضمان صحي لأسرتها. . .

6 ـ تفضل المرأة العمل على القطعة، وبداوم جزئي وهذا ما يشكل عائقاً أساسياً في ترقيها وتدرجها.

7 ـ الحداثة: مهنة الإعلام بحد ذاتها توحي بالحداثة، و«هرب» النساء من العمل «التقليدي» مثل «التعليم»؟؟؟

8 ـ الاختصاص: الميل إلى التخصص ودراسة الإعلام، بالمقارنة مع الجيل القديم.

خلاصات عامة

في الختام، هل يشي واقع النساء في الإعلام المرئي، بناء على ما تقدم من اشكال التمايز التي استعرضنا، بتغيير ما لصالح النساء كإعلاميات بما يختلف عن واقع المرأة بشكل عام؟

كي لا نغرق في التفاؤل معتبرين ان تزايد النساء في محطات التلفزة قد ادى إلى تغير وتحول في التوجه الإعلامي والسياسي والثقافي لهذه المحطات، وفي تبنيها لمعايير مختلفة في عملها. وكي لا نغرق في التشاؤم معتقدين ان السياق السياسي والاجتماعي والاقتصادي الذي تعمل في ظله وسائل الإعلام يجعل عملية التغيير للعادات المهنية ولطرائق عمل الانساق الإعلامية بواسطة النساء ومن قبلهن مستحيلة. فانه قد يكون من الاجدى اعادة النظر في طرائق البحث في موضوع المرأة والإعلام، تلافياً لاستسهال مقولات «يجب وينبغي على وسائل الإعلام»، وتجنباً لاعادة وتكرار العمل على صورة المرأة في الإعلام، لا سيما في المناسبات الفولوكلورية، وبمعزل عن السياق الذي تفبرك وتستهلك فيه هذه الصورة. فانه ربما كان لعملنا ان بين لنا ان الاحاطة بموضوع المرأة والإعلام تلزمه مقاربات من جوانب عديدة منها:

الوسائل الإعلامية نفسها:

ملكيتها، استراتيجيتها، انتاجيتها، المسؤوليات التقريرية لديها، معاييرها في العمل والتوظيف والتعامل مع الإعلاميين، مقدرتها على المنافسة، نظرتها إلى الجمهور، وتقديرها لمواصفاته وانتظاراته. باختصار، النسق الذي تعمل من خلاله

هذه المؤسسات بالعلاقة مع الانساق الاخرى ومع المجتمع. فكما هو معلوم «ان طرائق التمويل والتنظيم تنعكس بشكل او بآخر على الإعلاميين، وعلى الرسالة الإعلامية، وعلى الجمهور، اي على العملية الاتصالية باكملها.»

واذا كانت هذه الوسائل تعمل ضمن نظام إعلامي عالمي تسيره ايديولوجيا رأسمالية بطريركية[1]، فهي كما وصفت: «وسائل ليس هدفها فقط تحقيق الربح انما اعادة انتاج الايديولوجيا السائدة»[2]. هذا عدا عن انها تعمل في مجتمع تتحكم فيه محاصصة طائفية سياسية في ظل منافسة محمومة مع فضائيات عربية تكاثرت كالفطر على سوق اعلانية ضيقة، مما يجعلها تلهث، بقسم كبير منها، وراء جمهور عربي، وبالتحديد خليجي، لديها في غالب الاحيان افكار مسبقة وصور منمطة عنه، مستمدة بجزء كبير من الوسائل الإعلامية الغربية، دون الاخذ بعين الاعتبار التطورات الحاصلة على صعيد واقع هذا الجمهور والاختلافات التي تحكمه. لذلك رأينا هذه المحطات في بداية بثّها الفضائي استعانت بالرجال للسياسة، وبالنساء للترفيه مع الايحاء لمن تظهر منهن على الشاشة بالوصول إلى حد الاغراء ان كان في طرائق اللباس والكلام والتعبير، مشكّلة بذلك نمطاً إعلامياً ادى إلى اختزال الإعلاميات على اختلافهن باولئك المرئيات منهن، واثّر على الفضائيات الاخرى وأدخلها، في غالبيتها، في منافسة مسطحة سمتها هزال الانتاج المحلي. غير ان هذا النمط سرعان ما راح ينحسر امام احتدام لعبة المنافسة، والتطورات الحاصلة على صعيد التقنيات وما نتج عنها من تجمعات إعلامية كبرى غدت تملي معاييرها، وعلى صعيد الجمهور الذي غدا مع الفضاء المفتوح اكثر فأكثر تطلباً، وعلى صعيد الإعلاميات العربيات اللواتي رحن يكتسبن الخبرات الإعلامية، واصبح يحكى حالياً عن منافسة الإعلاميات المصريات والتونسيات

---

(1) اظهرت الدراسات التي قام بها المشروع العالمي لمراقبة الإعلام في سبعين دولة حول مشاركة النساء في الاخبار في يوم واحد ان «النساء في الاخبار يشكلن نسبة 43% من الصحافيين ولكن 17% فقط هن من تجرى معهن المقابلات، و29% من اللواتي تجرى معهن المقابلات هن ضحايا لحوادث مختلفة». انظر بهذا الصدد:

Women's experiences in media ,edited by Rina Jimenez David, published by Isis international Manila and the world association for christian communication, 1996.

(2) Voir à ce propos: Martin Michele, op.cit., p. 139.

والمغربيات للإعلاميات اللبنانيات، بحيث ان معايير الشكل وحدها لم تعد تكفي لخوض لعبة المنافسة واصبح المطلوب مزيدا من الثقافة واتقان اللغات وسعة الاطلاع.

النقابة

من المعلوم ان النقابة هي التي ترعى حقوق الإعلاميين تجاه المؤسسة، وتحميهم، وتنظر في ما يتعرضون له من تمييز وسوء معاملة، فهي مفترض فيها ان تكون كفيلة باشعارهم ان لهم ظهراً يحميهم، ولا تكتفي فقط بالدفاع عن حقوقهم، انما تساهم في حمايتهم من انفسهم، ومن الانزلاق نحو التغرير او التعرض لاغراءات ما. فالنقابة معنية قبل غيرها بوضع اخلاقيات للمهنة. وبالنظر لما شاهدناه في الدراسة من ضعف انخراط الإعلاميات في العمل النقابي، ومن الصورة السلبية التي لديهن عنها، ومن ضعف مراهنتهن عليها، وضعف معرفتهن بالقوانين المنظمة للعمل الصحفي في لبنان، فان ذلك جعلهن في وضعية لا يحسدن عليها إن على صعيد الاستقرار النفسي، او على صعيد العلاقة مع المسؤولين والزملاء وحتى مع المهنة نفسها. فقد طغت على اجوبة العديد منهن مشاعر الخوف والقلق وعدم الاستقرار، وضعف الثقة بالنفس وانعدام الشعور بحاجة المؤسسة إلى عملهن. وهذا ما ينم عما يعانين منه من ضغوط غير مرئية ناجمة عن ابتزازهن بسبب عدم توقيع البعض منهن لعقود عمل، والتدخل في طرائق ملبسهن وحياتهن مما يؤدي بهن إلى مواقف محرجة واحياناً مضحكة، كمثل الانتقال بهن من مجال إعلامي إلى مجال آخر مغاير دون اي تحضير ودون الاخذ بعين الاعتبار مدى ملاءمة ملبسهن وتعبيراتهن والمفردات المستخدمة من قبلهن مع الموضوع او الحدث[3].

---

(3) ورد تعليق في جريدة «الشرق الاوسط» حول الانتقال بالمذيعات من برامج المنوعات إلى اروقة السياسة وتقديم فقرات تتعلق بالحروب والمآسي، علماً ان كل موضوع او مجال يفترض نمطاً معيناً من الملابس والماكياج. انظر «الشرق الاوسط»، 13 نوفمبر 2001.

كيف تعي المرأة ذاتها؟ كيف تقوّم عملها وماذا تريد منه؟ هل هو جزء من هويتها ام مكمل لها؟ إلام تعطي الاولوية في حياتها: لعملها ام لدورها الطبيعي كأم وزوجة؟ هل يكفي المرأة ان تعمل في الإعلام وهل العمل الصحفي البحت يخولها لتكون محللة او معدة لنشرات الاخبار والبرامج وكاتبة من الصف الاول ومخرجة، الخ؟

ماذا عن الانتماء السياسي، العمل الاجتماعي، اخذ المواقف، العلاقة مع المصدر وموازين القوى؟

صحيح «ان تزايد حضور النساء في الإعلام المرئي مؤشر بليغ على اكتساحهن للفضاءات العمومية التي غبن عنها، وعلى الاضطلاع بادوار جديدة»[4]. انما لتمكن النساء من التأثير في هذه الفضاءات وفي الاحداث الجارية، لا بد ان تكون لهن سلطة على انفسهن[5]. وهذا لن يتأتى لهن اذا توهمن، من ناحية، انه بامكانهن الفصل بين المرأة العاملة وظروف حياتها الخاصة. ومن ناحية ثانية، اذا تناسين انه يمكن لخصوصية ظروف النساء، التي رأينا انها تلعب احياناً دوراً سلبياً يحول دون وصولهن إلى مراكز القرار، ان تكون لها وجهة ايجابية على صعيد طبيعة العمل الذي يؤدينه وطريقة معالجتهن للامور.

فلماذا لا يعترفن انه من حق التجربة الانثوية ان تساهم مع التجربة الذكورية في صياغة المحددات الثقافية والاجتماعية لدور كل من الجنسين ودون خفر، «لان العلاقة بين الدورين البيولوجي والجندري الاجتماعي هي تفاعلية»[6]. من هنا تنبع علاقة النساء الغامضة والمعقدة بالعمل وبالسلطة، فهن لا يرفضن السلطة انما يعلن

---

(4) «المرأة العربية ووسائل الإعلام»، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، كوثر. دراسة ميدانية في اربعة اقطار عربية. 1998.

(5) «للتأثير على الاحداث، على النساء ان تكون لديهن سلطة على انفسهن». انظر:
Gisele Halimi, "La cause des femmes", editions Gallimard, Paris 1992, p. 73.

(6) «توجد علاقة بين الدورين البيولوجي والاجتماعي، ان تكويني كأمرأة يخلق آثاراً على دوري الانجابي الذي يؤثر بدوره على دوري الجندري والتوقعات بالنسبة لدوري.» انظر كاميليا الصلح، «رؤى»، نشرة صادرة عن اللجنة الوطنية لشؤون المرأة، لبنان، عدد 2- خريف 1998.

انهن لا يردنها بأي ثمن[7]. وهن خرجن إلى العام ويحملن ارث الخاص، فأقمن، كما بدا لنا من اجوبة الاستمارة ودراسة الحالات، علاقة ذاتية مع العمل بمعزل عن بيئة هذا الاخير وامتداداته في المجتمع، وراهنّ على العمل لتحقيق ذواتهن، واضطررن إلى شغل الوظائف المؤقتة غير الثابتة بسبب الاهتمام بالاولاد وبالعائلة. وكلنا يعلم «ان الوضع المؤقت في العمل يؤدي إلى اضعاف السلطة والرقابة عليه»[8]. وعديدات منهن تركن او غيّرن عملهن بسبب الزواج وانجاب الاولاد، ومنهن من راودهن الحنين للعودة إلى الصحافة المكتوبة.

صحيح ان هؤلاء الإعلاميات ساهمن بشكل او بآخر في تنوع القيم الثقافية والتجارب الإعلامية لهذه المحطات، واثّرن على اجواء العمل، لا سيما وانهن كما بدا لنا لسن كتلة واحدة متشابهة. فهناك فئة امتثلت امام المعايير الذكورية في العمل، ساعية إلى حجب انوثتها واخفائها وراء اقنعة عدة، منكرة لفظلاً اي اثر لعامل الانتماء البيولوجي، منفذة عملياً ما هو منتظر منها وبما يتلاءم مع التقسيم السائد للادوار. وهناك فئة وعت لتشابكات اللعبة الإعلامية مع اللعبة السياسية والمصالح المادية، فعملت على تطوير المهارات في العمل بحيث تمكنت من خرق القوالب واقتحمت مجالات جديدة كانت حكراً على الرجال وعصية على النساء. وهناك فئة اطلقت العنان للانوثة، محوّلة نفسها موضوعاً إعلامياً[9]. وهناك فئة بقيت متسامية غارقة في مثاليات عن العمل لم تعنيها مسألة المنافسة ولا التمايز والفوارق المادية والترقي، متوهمة ان العمل بالمطلق يساعدها على تحقيق ذاتها. على الرغم من الاختلافات التي تحكم الإعلاميات، فإننا بشكل عام يمكننا ان نستنتج انهن بغالبيتهن ادرن ظهورهن للسياسة، للمجتمع المدني، للنقابة،

---

(7) Voir à ce propos, le 2em sexe, op.cit., p. 44.

(8) Voir à ce propos: Martin Michele, op.cit., p. 141.

(9) «الاسلوب المتبع في عالم الصباح يجعل من المقدمات الجميلات ضيوفاً على المشاهد... الكلام المشخصن. آخر ما شاهدناه امس وقبل نشرة الطقس المقدمة ريما كركي تربط فقرتها بفقرة زميلتها ريما مكتبي قائلة انها تعمل كثيراً وفي اكثر من وظيفة ضمن المؤسسة نفسها، لكنها تقبض راتباً واحداً. انه طقس اليوم الاخير في الشهر قبل الرواتب. وما ان نحل مقدمة نشرة الطقس على الكاميرا حتى تحمد الله وتشكره على نعمه، لا سيما اذا فكرت في المحتاجين فما لديها ليس متوفراً لكثيرين». انظر: «السفير»، صوت وصورة، الخميس 1 تموز 1999.

لمجموعة الزملاء، ووضعن انفسهن بعلاقة مباشرة مع المسؤول عنهن، فتعاملن مع عملهن بمعزل عن بيئته وامتداداته، فكانت مروحة تلاعبهن بالخبر اقل من الذكور. ووقعن خارج اللعبة او بالاحرى على هامشها، بينما وقع الذكور في قلب اللعبة الإعلامية بامتداداتها الطائفية والسياسية، رابطين عملهم بمصلحة المؤسسة.

السياق الاجتماعي الثقافي الاقتصادي

تبقى المقاربات الثلاث للموضوع مجتزأة دون وضعها في السياق الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، لان هذا السياق يحدد بجزء كبير طبيعة العمل الإعلامي، ويتدخل في عملية إنتاج الرسالة واستهلاكها على قاعدة اللعبة الضمنية بين منتج الرسالة ومستهلكها. فالوسيلة، أياً كانت، تعمل على تفضيلات الجمهور لتشد انتباهه كي تبيع هذا الانتباه بالجملة إلى المعلن. كما يساهم هذا السياق في تشكيل الادوار المرسومة من قبل المحطات لكل من الجنسين، انطلاقاً من ان القيمين على هذه المحطات يستمدون ثقافتهم من المجتمع، وهذه الثقافة تؤثر بشكل او بآخر على طريقة توظيفهم وتعاملهم وتعيينهم لمهمات العاملين والعاملات لديهم. كذلك يساهم السياق من خلال التطورات الحاصلة على مختلف الصعد (سوق العمل، التعليم، وسائل الإعلام، الخ) في تمهيد الطريق للخروق والخروج عن المنمطات السائدة، بل انه كثيراً ما يضغط لاعادة ترتيبها من جديد. وهذا السياق هو الذي يمكننا من فهم تلك الازدواجية السائدة على صعيد الجمهور وانتظاراته ووقوعه في مأزق تقدم التطور الاتصالي على التطور الاجتماعي، واستمتاعه برغبات متفاوتة لا توحده بالضرورة، فما يستنكره البعض يستمتع به البعض الآخر. فعملية التلقي هي بدون شك خاضعة للشرط الاجتماعي ومحكومة بأمزجة مختلفة. انها لمفارقة تلفّ المجتمع بأكمله[10] وتنعكس على النساء ارتباكاً فمنهن من يسعى إلى حجب الانوثة

(10) تبدو الازدواجية في كلام المسؤولين السياسيين: الياس الفرزلي نائب رئيس مجلس النواب يرى ان المرأة تؤتمن على نقل الخبر اكثر من الرجل لكنه لا يحبذها كمستشارة لانها تلهيه من خلال التركيز على الشكل والجمال. اما وزير السياحة السابق نقولا فتوش فيقول: يقدر المراة الإعلامية لكنه لا يثق باعطاء الخبر السياسي لها. ويرى وزير الثقافة السابق فوزي حبيش: المرأة وصلت إلى اعلى المستويات لكنه يخاف من اعطائها الخبر السياسي لانها مؤهلة للبوح به نتيجة الضغوط. انظر بهذا الصدد: «الديار» ملحق اسبوعي، «المرأة في المجتمع»، العدد 13، الخميس 8 ايار 1997.

وراء اقنعة عدة وتحييدها بالكلام واستغلالها بالممارسة وقد تنفجر تقاطعاً بين المهني والشخصي لديهن. وتبقى عملية اللامساواة في الاجور والترقي قائمة والمسؤولية التقريرية بأيدي الرجال[11].

نخلص إلى اعادة النظر وفتح باب النقاش والتفكير: في القوانين المنظمة للعمل الإعلامي في لبنان واهمية مساهمة النساء في صياغتها؛ وفي العمل النقابي واسباب ضعف انخراط الإعلاميين فيه، لا سيما الإعلاميات؛ وفي موضوع النساء والعمل واشكالية التوفيق بين دور المرأة كأم وكعاملة، انطلاقاً من المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي دفعت بالمزيد من النساء إلى سوق العمل ومفهوم النوع الذي لم يواكب هذه المتغيرات على نحو مؤات؛ وفي دور الجمعيات وبالتحديد الجمعيات النسائية واسباب غيابها عن الإعلاميات او اسباب انكفائهن عنها؛ وفي عملية التنشئة الاجتماعية التي تميل إلى التقليل من اهمية الانثى وتدفعها للخضوع ونكران الذات، وتسجن الرجال في خانة القوة والسيطرة[12]، التي غالباً ما تشكل عبئاً عليهم؛ واخيراً ولما لا في البحوث الإعلامية في بلادنا والاهداف المتوخاة منها. وكذلك التفكير في كيفية عدم الانبهار في اسطورة المرأة الحديثة التي «لا تساهم في تحرير المرأة بقدر ما تساهم في اضفاء قيم جديدة على السمات الاكثر تقليدية لها»[13].

---

(11) هذا ما استنتجه الباحثان اسعد الاتات وجاك قانبجي في دراسة عن «المرأة العاملة في لبنان»، مرجع سبق ذكره.

(12) Voir à ce propos: Pierre Bourdieu, "La domination masculine", éd. Seuil, collection Liber. Paris 1998, p. 55.

(13) Voir à ce propos: martin Michele, op.cit., p. 179.

الملاحق

ملحق 1

الجداول الإحصائية

تجدر الإشارة إلى أن طريقة «الاستفتاء العشوائي البسيط» Sondage Alcatoire Simple هي التي اعتمدت في إجراء هذه الدراسة الإحصائية (في الجداول من رقم 16 إلى رقم 162). وكما ذكرنا فقد تم توزيع الاستمارة على عدد كبير من أفراد المجموعة المستهدفة، إلا أن عدم تجاوب الجميع في ملئها وإعادتها، جعل العينة المنتقاة تقتصر على 145 حالة تتوزع بين الذكور والإناث بنسب لا تتلاءم مع النسب الحقيقية في المجموعة المستهدفة .

لذا ومع علمنا المسبق بأن النتائج الصادرة عن هذه الدراسة الإحصائية لا تعكس بشكل كامل الواقع، فقد فضلنا عرضها مع هامش الخطأ المبين ضمن هلالين تحت الرقم الناتج عن دراسة العينة. هذا الهامش إذا جمعناه وطرحناه من الرقم المعتمد، نحصل على فسحة اليقين بنسبة 95%، مما يعني أنه يمكننا اعتبار الرقم الحقيقي موجود ضمن هذا الفاصل بيقين يصل إلى 95%.

ومن المؤكد أن هذا الهامش من الخطأ لا يصحح الفوارق الناتجة عن الخلل في اختيار العينةج إلا أنه يمنحنا مرونة أكبر في تفسير الأرقام وتبيان مدلولاتها، وفي استخلاص النتائج وتحليلها بشكل أكثر واقعية .

جدول رقم 1 - نقل ملكية أسهم في الشبكة الوطنية للارسال أن بي أن
بناء على قرار نشر بتاريخ 22-4-2000

المتفرغ	المتفرغ له	عدد الأسهم
سيغما انترناشيونال لبنان 90	السيد عماد جفال	5056
السيد اسامة زهران	السيد عماد جفال	1754
السيد محمد ياسين	السيد عماد جفال	898
السيد محمد ياسين	الدكتور حسين بدران	104
السيد محمد ياسين	السيد نبيل عيسى	632

كذلك صدر بتاريخ 8-3-2000 القرار رقم 26 والذي رخص لشركة «سابين انفستمنت» بالتفرغ عن 20 ألف سهم اسمي لصالح شركة «ترايساكس هولدنغ للاستثمار» وهي عبارة عن كامل اسهمها في شركة تلفزيون المستقبل.

«ملكية كابل تي في تنتقل إلى الحريري»، الحياة، 8 اذار 1993

علمت «الحياة» من مصادر ثقة أن مجلس ادارة تلفزيون المستقبل الذي تمتلكه مؤسسات الحريري وقعت عقداً مع مالكي «كابل تي في» الذي يتأمن بثه عبر اشتراك خاص، يقضي بانتقال ملكيته إلى تلفزيون المستقبل. يذكر ان ملكية «كابل تي في» كانت تعود بالدرجة الاولى إلى السادة: طلال معن كرامي، الشيخ بيار الضاهر، وسام عز الدين وانطوان الشويري.

جدول رقم 2 - أسماء المساهمين في الشبكة الوطنية للارسال
بقرار نشر في 22-4-2000

اسم المساهم	عدد الاسهم	نسبة المساهمة
ناصر صفي الدين	100	005
بدري غيث	316	016
يوسف غيث	316	016

اسم المساهم	عدد الاسهم	نسبة المساهمة
شادي غيث	316	016
رجا وهاب	5056	248
رباح جابر	2528	124
حسن حجيج	2585	124
قاسم حجيج	5506	248
علي احمد	1870	092
ياسين جابر	5056	248
سمير مقبل	5056	248
نعمة طعمة	5056	248
ناجي عازار	5056	248
نبيه شاهين	2528	124
عبد الاله فران	15194	747
علي الجمال	3793	186
الشركة العامة للاستثمارات العقارية ش.م.ل. ممثلة بحسان منصور	11114	546
احمد حسين	12404	609
امينة بري	12504	614
خليل حمدان	12504	614
اسامة زهران	4828	237
محمد ياسين	4054	199
احمد محمد فتحي الصفدي	12640	621

اسم المساهم	عدد الاسهم	نسبة المساهمة
عماد جفال	20348	1000
سميرة عاصي	14536	714
شركة سيغما -90انترناشونال لبنان 90	5056	248
جوزيف شدياق	20348	1000
هاني صفي الدين	2528	124
عبد الرزاق عاشور	2528	124
حنا الحداد	7584	273
نبيل عيسى	632	031
حسين بدران	104	005
المجموع	2003536	100000

جدول رقم 3 - ملكية محطات التلفزة التي شملتها الدراسة

اسم المحطة	سنة التأسيس	تاريخ البث فضائياً	ابرز المساهمين	الطائفة الأبرز
تلفزيون لبنان	1959	–	الحكومة اللبنانية تملك نصف الأسهم (1977) الحكومة اللبنانية تملك كل الأسهم (1994) الحكومة اللبنانية تملك نصف الأسهم(2000) أقفل في شباط 2001 عاود البث في أيار 2001	قطاع عام
LBC	1985	1990	بيار الضاهر وعائلته-الوزير فرنجية-النائب عصام فارس- الوزير ميشال فرعون- النائب نبيل البستاني	موارنة %55
MTV	1991	2000	غبريال المر - عائلة المر	ارثوذكس %70
المنار	1991	2000	حزب الله	شيعة
Future	1993	1996	أقرباء الرئيس الحريري	سنة %59
NBN	1997	2000	أقرباء الرئيس بري	شيعة

المصدر: علي رمال، «تطور ملكية وسائل الإعلام المرئي والمسموع» - باحثات الإعلام والاتصال في مجتمعاتنا-2000

جدول رقم 4 – اعداد العاملين والعاملات في محطات التلفزة التي شملتها الدراسة

اسم المحطة	العدد الاجمالي	عدد الإناث	النسبة المئوية	عدد الذكور	النسبة المئوية
TL	500	108	21,6	392	78,4
Future	369	101	27,4	268	72,6
LBC	440	109	24,7	331	75,2
MTV	277	112	40,4	165	59,6
المنار	150–100	40	32	85	60,8
NBN	173	66	38,2	107	61,8
العدد الاجمالي	1884	536	28,4	1348	71,5

جدول رقم 5 – نسبة النساء بالتوزيع على المديريات في تلفزيون المنار

اسم المديرية	النسبة المئوية للإناث
مديرية الأخبار والبرامج السياسية	%17
مديرية البرامج العامة	%27
المديرية الادارية والمالية	%25
مديرية البرمجة	%26
المديرية التقنية	%0
الاعلانات والتسويق	%30

جدول رقم 6 - نسبة النساء بالتوزيع على الأقسام في ال أل بي سي

القسم	النسبة المئوية
الفنية	%15,79
المالية والادارة	%40
مؤثرات بصرية وديكور	%60
مكتبة	%64
اخبار	%26,76
انتاج	%14,04
برامج	%70,97
ترويج	%77,78
استقبال	%0
اخبار الفضائية	%60
برمجة فضائية	%50
رياضة	%16,67
تقنيات	%1,39

جدول رقم 7 - عدد الإناث بالتوزيع على الأقسام في تلفزيون لبنان

الفئة	عدد الإناث
الفئة الأولى	4
الفئة الثانية	12
الفئة الثالثة	22
الفئة الرابعة	46
الفئة الخامسة	8
الفئة السادسة	6
الفئة السابعة	7

جدول رقم 8 - عدد الرجال والنساء بالتوزيع على الأقسام في تلفزيون المستقبل

القسم	المجموع العام	الرجال	النساء	النسبة المئوية للإناث
المالية والادارة	41	29	12	%29,27
الانتاج	57	41	16	%28,07
البرمجة	44	15	29	%65,91
الابداع	11	8	3	%27,27
التقنية	57	56	1	%1,75
الاخبار	41	21	20	%48,78
تسويق	5	1	4	%80
عمليات	109	94	15	%13,76
ادارة عامة	4	3	1	%25

جدول رقم 9 - عدد الرجال والنساء بالتوزيع على الأقسام في ال أم تي في

القسم	عدد النساء	عدد الرجال
الادارة	0	1
المالية	1	0
المحاسبة	1	2
التسويق	1	0
الموظفين	0	1
اعلان	1	0
كاميرامان	0	23
تقنيون	0	15
صوت	0	6
اضاءة	0	6
ديكور	1	5
Visionnage	4	2
مونتاج	2	3
ترجمة	22	0
طباعة	2	0
ابداع	2	0
كمبيوتر	1	2
استقبال	3	0
ارشيف	3	0
انتاج	5	0
برمجة	2	1
تنفيذ	5	3
رئيس نشرة	0	6
Voice over	0	3
تقديم	5	0

القسم	عدد النساء	عدد الرجال
ماكياج	3	0
ترويج	0	1
Synchronisation	0	1
سكريتاريا	6	2
أمن	0	19
العدد الإجمالي		

جدول رقم 10 – عدد الرجال والنساء بالتوزيع على قسم نشرة الأخبار في ال أم تي في

الوظيفة	عدد النساء	عدد الرجال
مدير	0	1
سكرتير تحرير	0	1
عملية التصوير	0	1
مراسلون	5	3
محررون ومقدمون	3	2
ارشفة	3	1
دش ومونتاج	4	6
ترجمة وطبع	5	1
كاميرامان	0	11
انتاج	0	2
كمبيوتر	0	2
تنفيذ	0	2
دوماكاتور	0	10
تلفونيست	2	0
النشرة الجوية	1	0
العدد الاجمالي	23	38

جدول رقم 11 - عدد الرجال والنساء بالتوزيع على قسم البرامج المحلية في ال أم تي في

اسم البرنامج	عدد النساء	عدد الرجال
اس ال شي	2	5
3 بنات	9	10
أم تي في سبور	0	2
أوعا تنسى	1	0
ميوزك شو	2	1
ميني ستديو	0	1
مرايا	1	2
خليك معنا	0	1
بيروت يا بيروت	1	0
سجل موقف	2	2
الحكي بيناتنا	1	0
العدد الاجمالي	19	24

جدول رقم 12 - أسماء المساهمين والمساهمات في المؤسسة اللبنانية للارسال

المساهمون	المساهمات
بيار الضاهر-سليمان فرنجية- عصام فارس -نبيل البستاني- ميشال فرعون- صلاح عسيران- موريس صحناوي- نجيب سعد- انطوان مرعب- مارون جزار- طه ميقاتي- نجيب ميقاتي- أنطوان حبيب- مرسيل يوسف ضاهر- ناصر عيسى- غازي صراف- حسام يمين- جورج افرام- ربيع افرام- ادغار افرام- مروان سليم خير الدين- قبلان يمين- خليل فتال- برنار فتال- جورج فتال- سيمون فتال- ريمون عودة- ريمون عربجي	رندا سعد- رلى كميل سعد- ايمان سعد- ريما سعد-

جدول رقم 13 - أسماء المساهمين والمساهمات في تلفزيون المستقبل

المساهمون	المساهمات
مخايل عصام فارس-نجاد عصام فارس- فارس عصام فارس- فريد روفايل- سمير حسين منصور- فاروق جبر- روبير دباس- خالد صعب- سامي نحاس- مكارم مكاري- جميل ابراهيم- مصطفى رزيان- نهاد المشنوق- وليد الحريري- علي جابر- غالب الشماع- يوسف تقلا	نازك عودة- بهية الحريري-

جدول رقم 14 - أسماء المساهمين والمساهمات في ال أم تي في -اذاعة وتلفزيون

المساهمون	المساهمات
فارس بويز- الياس حبيقة- وليد الصلح- غازي العريضي- غبريال المر- جهاد المر- ميشال المر- عمار الطاهر- سليمان حداد- نديم توتل- ريمون حرفوش- جورج حجار- بولس سماحة- جوزيف خوري- ايلي بعقليني- مروان مرشد بعقليني- خليل ناجي خازن- روجيه ثابت- بولس الجبيلي- جوزف معوض- البير زاخم- انطوان صحناوي- نبيل صحناوي- يوسف نعمة طعمة- رامز جلبير شاغوري- جلبير شماس- شارل أبو عقل- كميل منسى- غسان زيدان- جان شدياق- سليمان أبو زيد	كارول المر- كارلا المر- تغريد حريري-

جدول رقم 15 - أسماء المساهمين والمساهمات في الشبكة الوطنية للارسال

المساهمين	المساهمات
خليل حمدان- احمد حسين- علي احمد- شادي بهجت غيث-يوسف علي غيث- بدري علي غيث- رجا وهاب- علي الجمال- جوزيف الشدياق- سمير مقبل- ياسين جابر- نعمة طعمة- نبيه شاهين- رباح كامل جابر- محمد ياسين- اسامة زهران- ناجي عازار	أمينة بري- سميرة عاصي

المصدر: ملحق حقوق الناس- النهار- 3 أيلول 1997

ملاحظة: حصل تغيير على صعيد أسماء المساهمين، مثلاً ورد في «الحياة» في 24 شباط 1997 أن الوليد بن طلال يملك بصفته الشخصية حصة في محطتي أم تي في وأل بي سي عن طريق راديو وتلفزيون العرب.

جدول رقم 16

الأعمار	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
أقل من 30 سنة	45	21	%55,56 (±%9,99)	%32,81 (±%11,24)	%45,52 (±%7,80)
بين 30 و 40 سنة	28	23	%34,57 (±%9,57)	%35,94 (±%11,49)	%35,17 (±%7,48)
بين 40 و 50 سنة	1	9	%1,23 (±%2,22)	%14,06 (±%8,32)	%6,90 (±%3,97)
أكثر من 50 سنة	2	10	%2,47 (±%3,12)	%15,63 (±%8,69)	%8,28 (±%4,32)
لا جواب	5	1	%6,17 (±%4,84)	%1,56 (±%2,97)	%4,14 (±%3,12)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 17

الوضع العائلي	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
متزوج	24	41	%29,63 (±%9,18)	%64,06 (±%11,49)	%44,83 (±%7,79)
اعزب	43	22	%53,09 (±%10,04)	%34,38 (±%11,37)	%44,83 (±%7,79)
أرمل	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
مطلق	4	0	%4,94 (±%4,36)	%0,00 (±%0,00)	%2,76 (±%2,57)
خاطب	7	1	%8,64 (±%5,65)	%1,56 (±%2,97)	%5,52 (±%3,58)
منفصل	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 18

عدد الأولاد	اناث	ذكور	النسبة ضمن المتزوجين		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
1	9	4	%31,03 (±%9,31)	%9,76 (±%7,11)	%18,57 (±%6,09)
2	10	13	%34,48 (±%9,56)	%31,71 (±%11,14)	%32,86 (±%7,36)
3	2	13	%6,90 (±%5,10)	%31,71 (±%11,14)	%21,43 (±%6,43)
4	0	6	%0,00 (±%0,00)	%14,63 (±%8,46)	%8,57 (±%4,39)
5	1	2	%3,45 (±%3,67)	%4,88 (±%5,16)	%4,29 (±%3,17)
7	0	1	%0,00 (±%0,00)	%2,44 (±%3,69)	%1,43 (±%1,86)
لا أولاد لدي	1	0	%3,45 (±%3,67)	%0,00 (±%0,00)	%1,43 (±%1,86)
لا جواب	6	2	%20,69 (±%8,15)	%4,88 (±%5,16)	%11,43 (±%4,99)
المجموع	29	41	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 19

من يتولى او كان يتولى حضانة الأولاد أثناء العمل	اناث	ذكور	النسبة ضمن المتزوجين		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
الزوج / الزوجة	4	18	%13,79 (±%6,94)	%43,90 (±%11,88)	%31,43 (±%7,27)
أم الزوج	0	6	%0,00 (±%0,00)	%14,63 (±%8,46)	%8,57 (±%4,39)
أم الزوجة	7	5	%24,14 (±%8,61)	%12,20 (±%7,84)	%17,14 (±%5,91)
الخادمة	2	1	%6,90 (±%5,10)	%2,44 (±%3,69)	%4,29 (±%3,17)
أختي	2	0	%6,90 (±%5,10)	%0,00 (±%0,00)	%2,86 (±%2,61)
الجدة	1	0	%3,45 (±%3,67)	%0,00 (±%0,00)	%1,43 (±%1,86)
حضانة	6	2	%20,69 (±%8,15)	%4,88 (±%5,16)	%11,43 (±%4,99)
لا جواب	7	9	%24,14 (±%8,61)	%21,95 (±%9,91)	%22,86 (±%6,58)
المجموع	29	41	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 20

مهنة الزوج		النسبة للاناث المتزوجات
موظف	4	%13,79 (±%6,94)
مهندس معماري	3	%10,34 (±%6,13)
موظف في التلفزيون	3	%10,34 (±%6,13)
لا مهنة	2	%6,90 (±%5,10)
كومبيوتر	2	%6,90 (±%5,10)
طبيب	2	%6,90 (±%5,10)
صحافي	1	%3,45 (±%3,67)
مخرج تلفزيوني	1	%3,45 (±%3,67)
صيدلي	1	%3,45 (±%3,67)
محامي	1	%3,45 (±%3,67)
في الأعمال حرة	1	%3,45 (±%3,67)
صاحب محل للخياطة الرجالية	1	%3,45 (±%3,67)
طبيب أسنان	1	%3,45 (±%3,67)
مدير شركة	1	%3,45 (±%3,67)
أخصائي تجميل	1	%3,45 (±%3,67)
لا جواب	12	%41,38 (±%9,91)
المجموع	37	%100,00

جدول رقم 21

مهنة الزوجة		النسبة للذكور المتزوجين
طالبة جامعية	1	%2,44 (±%3,69)
ربة منزل	7	%17,07 (±%9,01)
مخرجة تلفزيونية	2	%4,88 (±%5,16)
سكريترة إدارية	1	%2,44 (±%3,69)
ماكياج فني خاص بالسينما والتلفزيون	1	%2,44 (±%3,69)
موظفة	4	%9,76 (±%7,11)
رئيسة قسم الإنتاج في تلفزيون لبنان	1	%2,44 (±%3,69)
في الأعمال حرة	1	%2,44 (±%3,69)
رئيسة قسم التصوير	1	%2,44 (±%3,69)
في الدفاع المدني	1	%2,44 (±%3,69)
مدرسة	4	%9,76 (±%7,11)
ممرضة	1	%2,44 (±%3,69)
حاضنة أطفال	1	%2,44 (±%3,69)
في مجال الإعلان	1	%2,44 (±%3,69)
أخصائية تجميل	1	%2,44 (±%3,69)
موظفة في التلفزيون	3	%7,32 (±%6,24)
مذيعة أخبار	1	%2,44 (±%3,69)
لا جواب	9	%21,95 (±%9,91)
المجموع	41	%100,00

جدول رقم 22

المستوى التعليمي	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
متوسط	0	2	%0,00 (±%0,00)	%3,13 (±%4,17)	%1,38 (±%1,83)
ثانوي	5	8	%6,17 (±%4,84)	%12,50 (±%7,92)	%8,97 (±%4,48)
جامعي	57	38	%70,37 (±%9,18)	%59,38 (±%11,76)	%65,52 (±%7,45)
دبلوم	18	15	%22,22 (±%8,36)	%23,44 (±%10,14)	%22,76 (±%6,57)
دكتوراه	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 .(±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 23

الاختصاص	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
الصحافة والاعلام	19	18	%23,46	%28,13	%25,52
علوم اقتصادية	1	0	%1,23	%0,00	%0,69
إدارة أعمال	6	3	%7,41	%4,69	%6,21
شؤون دولية ودبلوماسية	1	0	%1,23	%0,00	%0,69
أعلام/ راديو/ تلفزيون	8	2	%9,88	%3,13	%6,90
الهندسة	1	3	%1,23	%4,69	%2,76
لغة عربية	1	2	%1,23	%3,13	%2,07
سكريتا ريا إدارية	1	1	%1,23	%1,56	%1,38
إخراج	2	3	%2,47	%4,69	%3,45
كومبيوتر	3	2	%3,70	%3,13	%3,45
تصوير خارجي	0	1	%0,00	%1,56	%0,69
علوم سياسية وإدارية	4	4	%4,94	%6,25	%5,52
علم نفس	2	0	%2,47	%0,00	%1,38
إنتاج سينمائي	0	1	%0,00	%1,56	%0,69
موسيقى	1	0	%1,23	%0,00	%0,69
الحقوق	5	1	%6,17	%1,56	%4,14
التوثيق	1	0	%1,23	%0,00	%0,69
تاريخ	1	3	%1,23	%4,69	%2,76
آداب	8	2	%9,88	%3,13	%6,90

جدول رقم 27

تفضيل الزواج من اعلامي، لماذا؟		إناث	ذكور	الإجمالي	النسبة للمجموع
نعم	لأنه يستطيع أن يفهم حماسي وجنوني للعمل	1	0	13	%8,97
	تجانس فكري قريب وأكثر تفاهم	1	2		(±%4,48)
	من أجل التفاهم على جميع الأصعدة	5	2	إناث	ذكور
	هكذا	1	0	%11,11	%6,25
	لا جواب	1	0	(±%6,32)	(±%5,80)
لا يهم	لأن هذا الأمر غير ضروري للعيش السعيد بين الزوجين	1	1	90	%62,07
	ليس الأساس الوظيفة بل الشخص	7	12		(±%7,60)
	ليس أساسا في التوافق العائلي	1	2	إناث	ذكور
	هكذا	1	0	%64,20	%59,38
	لا جواب	42	23	(±%9,64)	(±%11,76)
لا	لا أحبذ العمل في محيط عملي لأن ذلك يجلب المشاكل	1	1	33	%22,76 (±%6,57)
	في الكثير الالتقاء برجل شرقي يتفهم طبيعة عملي كاعلامية وحتى لو كان إعلاميا	1	0		
	لشدة صعوبة المهنة ووقتها الطويل والمتغير دائما	1	1		
	لكي لا يطغى الروتين على حياتنا	1	0		
	لأن هذا الأمر غير ضروري للعيش السعيد بين الزوجين	1	0		
	العمل الإعلامي يحتاج إلى وقت كبير وقد لا يكون مناسبا لربة منزل	0	2		
	إعلامي واحد في المنزل يكفي لأنها مهنة المتاعب	1	0		
	لأنه يأخذ الوقت والحياة والاستقرار	1	0	إناث	ذكور
	لكي لا أبقى في نفس الجو بعد انتهاء العمل	0	1	%20,99	%25,00
	لا جواب	10	11	(±%8,19)	(±%10,37)
لا جواب		3	6	9	%6,21 (±%3,78)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 28

موقف أهلك من اختيارك لمهنتك و لماذا؟		إناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
سلبي	لأنها لا تطعم خبزا	1	1	5	%3,45 (±%2.86)
	بسبب عدم تنظيم الوقت	1	0		
	لتفاوت أوقات العمل	1	0	إناث	ذكور
	ليست بمكانة الدكتور والمحامي والمهندس	1	0	%4,94 (±%4.36)	%1,56 (+%2.97)
إيجابي	لمدى أهمية المؤسسة	0	0	76	%52.41 (±%7.83)
	لأنهم يرونها مهنة تحظى باهتمام الناس	1	1		
	لأنه اختيار ذاتي	2	3		
	لأنها كانت هواية في البداية	0	1		
	لأني حققت رغبتي	4	1		
	لانها مهنة محترمة ولها علاقة عامة	0	2		
	لأنهم يعتبرون أن لدي الإمكانات للنجاح	1	0		
	باعتبار أن هذه المهنة ذات شهرة	1	1		
	لأنهم يجدونها مناسبة لي وأستطيع تحقيق نجاح فيها	1	0		
	لأن الثقافة والفن والأخلاق يتجسدان في الفن	0	1		
	لأنهم يغارون على مستقبلي	0	1		
	بسبب اختصاصي	2	1		
	لأن المهنة جيدة	1	0		
	لأنهم يحبون الإعلام	2	2		
	فرصة للعمل جديدة من نوعها	1	1		
	لأنها مهنة تحاكي عقل الناس وتنورهم	1	0		
	لانها رغبة أبي	1	0		
	بسبب انفتاحهم العلمي والاجتماعي	3	0		
	لأنهم يعملون في نفس المهنة	1	0		
	لارتياحهم للمؤسسة التي اعمل فيها واعتبارها ضمانة لمستقبلي	0	1		
	يقدرون ميلي إلى الكتابة	1	0	إناث	ذكور
	لسبب غير محدد	1	0	%53,09 (±%10,04)	%51,56 (±%11,97)
	لا جواب	19	17		
محايد	لانه اختيار ذاتي	7	2	60	%41.38 (±%7.72)
	لأني حققت رغبتي	1	0		
	لأنها مهنة محترمة ولها علاقة عامة	0	1		
	عقلية ديموقراطية	1	1		
	لا دخل لهم بحياتي الخاصة	0	1		
	لأنهم لا يعرفون بالوظائف وطبيعتها	0	1		
	كانوا يفضلون الطب	1	0		
	لأنهم لا يهتمون للمردود المادي	0	1		
	المهم أن أعمل	1	1	إناث	ذكور
	لا سبب محدد	2	0	%41.98 (±%9.93)	%40,63 (+%11,76)
	لا جواب	21	18		
لا جواب		0	4	4	%2,76 (±%2,57)
المجموع		81	64	145	%100.00

جدول رقم 29

هل تتصح أقاربك أو معارفك بعمل كهذا	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس اناث	النسبة ضمن الجنس ذكور	النسبة الاجمالية
نعم	46	33	%56,79 (+%9,96)	%51,56 (±%11,97)	%54,48 (±%7,80)
لا	19	18	%23,46 (±%8,52)	%28,13 (±%10,77)	%25,52 (±%6,83)
لا جواب	16	13	%19,75 (±%8,01)	%20,31 (±%9,63)	%20,00 (±%6,27)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 30

مستقبلا، في أي مجال تفضل أن تعمل ابنتك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس اناث	النسبة ضمن الجنس ذكور	النسبة الاجمالية
أي شيء	1	3	%1,23 (±%2,22)	%4,69 (±%5,06)	%2,76 (±%2,57)
هذا يعود لها ولها الحرية في الاختيار	36	13	%44,44 (±%9,99)	%20,31 (±%9,63)	%33,79 (±%7,41)
في مجال المحاماة	2	1	%2,47 (±%3,12)	%1,56 (±%2,97)	%2,07 (±%2,23)
طبيبة	4	7	%4,94 (±%4,36)	%10,94 (±%7,47)	%7,59 (±%4,15)
أي عمل نزيه وبعيد عن المظاهر	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
في الإعلام	4	4	%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)	%5,52 (±%3,58)
في المهن الحرة	1	4	%1,23 (±%2,22)	%6,25 (±%5,80)	%3,45 (±%2,86)
في مجال العلوم الاجتماعية أو الطبية	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
التمثيل	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
في الحقل الدبلوماسي	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0.00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
في مجال الثقافة والسياحة	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
التجارة	1	0	%1.23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)

جدول رقم 30 (تابع)

في المجال التربوي والاجتماعي	0	2	%0,00 (±%0,00)	%3.13 (±%4,17)	%1.38 (±%1,83)
للتعليم أو الطب	0	3	%0.00 (±%0,00)	%4.69 (±%5,06)	%2.07 (±%2,23)
تتزوج من ثري جدا جدا جدا	0	1	%0.00 (±%0,00)	%1.56 (±%2,97)	%0.69 (±%1,30)
في مجال الأزياء	1	0	%1.23 (±%2,22)	%0.00 (±%0,00)	%0.69 (±%1,30)
التدريس الجامعي	0	1	%0.00 (±%0,00)	%1.56 (±%2,97)	%0.69 (±%1,30)
في المجال السياسي	0	1	%0.00 (±%0,00)	%1.56 (±%2,97)	%0.69 (±%1,30)
الطب / الهندسة / الإعلام	1	0	%1.23 (±%2,22)	%0.00 (±%0,00)	%0.69 (±%1,30)
لا جواب	27	21	%33.33 (±%9,48)	%32.81 (±%11,24)	%33.10 (±%7,37)
المجموع	81	64	%100,00	%100.00	%100.00

جدول رقم 31

مستقبلا، في أي مجال تفضل أن يعمل ابنك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: اناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الاجمالية
أي شيء	2	2	%2.47 (±%3.12)	%3.13 (±%4.17)	%2.76 (±%2.57)
هذا يعود له وله الحرية في الاختيار	35	16	%43.21 (±%9.96)	%25.00 (±%10.37)	%35.17 (±%7.48)
في مجال الطب	3	4	%3.70 (±%3.80)	%6.25 (±%5.80)	%4.83 (±%3.36)
في الإعلام	4	2	%4.94 (±%4.36)	%3.13 (±%4.17)	%4.14 (±%3.12)
في المهن الحرة	2	5	%2.47 (±%3.12)	%7.81 (±%6.43)	%4.83 (±%3.36)
التجارة	2	3	%2.47 (±%3.12)	%4.69 (±%5.06)	%3.45 (±%2.86)
الهندسة أو الإعلام	0	2	%0.00 (±%0.00)	%3.13 (±%4.17)	%1.38 (±%1.83)
في الحقل السياسي	1	3	%1.23 (±%2.22)	%4.69 (±%5.06)	%2.76 (±%2.57)
في حقل علمي	0	1	%0.00 (±%0.00)	%1.56 (±%2.97)	%0.69 (±%1.30)
في أي مجال مهني	0	2	%0.00 (±%0.00)	%3.13 (±%4.17)	%1.38 (±%1.83)
التدقيق المالي أو المهن الحرة	0	1	%0.00 (±%0.00)	%1.56 (±%2.97)	%0.69 (±%1.30)
التجارة أو التعليم	0	1	%0.00 (±%0.00)	%1.56 (±%2.97)	%0.69 (±%1.30)
موسيقار عظيم	1	0	%1.23 (±%2.22)	%0.00 (±%0.00)	%0.69 (±%1.30)
في مجال الطيران	1	0	%1.23 (±%2.22)	%0.00 (±%0.00)	%0.69 (±%1.30)
التكنولوجيا	0	1	%0.00 (±%0.00)	%1.56 (±%2.97)	%0.69 (±%1.30)
الطب / الهندسة / الإعلام	1	0	%1.23 (±%2.22)	%0.00 (±%0.00)	%0.69 (±%1.30)
في مجال الأمن	0	1	%0.00 (±%0.00)	%1.56 (±%2.97)	%0.69 (±%1.30)
الهندسة المعمارية	2	0	%2.47 (±%3.12)	%0.00 (±%0.00)	%1.38 (±%1.83)
لا جواب	27	20	%33.33 (±%9.48)	%31.25 (±%11.10)	%32.41 (±%7.33)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 32

هل تجد أن عملك هذا	إناث 1	إناث 2	إناث اجمالي	إناث النسبة	ذكور 1	ذكور 2	ذكور اجمالي	ذكور النسبة	الاجمالي	النسبة للمجموع
حال دون زواجك	4	0	4	%4,94 (±%4,36)	1	0	1	%1,56 (±%2,97)	5	%3,45 (±%2,86)
سهل زواجك	2	0	2	%2,47 (±%3,12)	14	0	14	%21,88 (±%9,90)	16	%11,03 (±%4,91)
أفشل زواجك	1	0	1	%1,23 (±%2,22)	1	0	1	%1,56 (±%2,97)	2	%1,38 (±%1,83)
أخر زواجك	12	0	12	%14,81 (±%7,15)	8	0	8	%12,50 (±%7,92)	20	%13,79 (±%5,40)
حال دون إنجابك أولاد	2	0	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	2	%1,38 (±%1,83)
قلل من إمكانية الإنجاب	1	5	6	%7,41 (±%5,27)	0	2	2	%3,13 (±%4,17)	8	%5,52 (±%3,58)
باعد بينك و بين أولادك	8	1	9	%11,11 (±%6,32)	8	1	9	%14,06 (±%8,32)	18	%12,41 (±%5,17)
غير ذلك	12	0	12	%14,81 (±%7,15)	5	1	6	%9,38 (±%6,98)	18	%12,41 (±%5,17)
لا جواب	39	0	39	%48,15 (±%10,05)	27	0	27	%42,19 (±%11,83)	66	%45,52 (±%7,80)
المجموع	81	6			64	4			145	

جدول رقم 33

سبب اختيارك لمهنتك حسب الأولوية	إناث								ذكور								الاجمالي	النسبة للمجموع
أولوية رقم	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة		
تزيدني ثقافة	5	14	16	5	5	4	49	%60,49 (±%9,83)	2	6	7	8	6	2	31	%48,44 (±%11,97)	80	%55,17 (±%7,79)
الهواية	31	5	3	2	0	0	41	%50,62 (±%10,06)	26	5	0	2	1	0	34	%53,13 (±%11,95)	75	%51,72 (±%7,83)
الاختصاص	22	12	2	1	1	0	38	%46,91 (±%10,04)	17	8	4	1	0	0	30	%46,88 (±%11,95)	68	%46,90 (±%7,82)
لها مردود معنوي	4	11	10	7	1	1	34	%41,98 (±%9,93)	8	12	5	5	1	0	31	%48,44 (±%11,97)	65	%44,83 (±%7,79)
كسبا لمزيد من العلاقات الاجتماعية	6	4	9	10	5	7	41	%50,62 (±%10,06)	3	3	7	3	3	4	23	%35,94 (±%11,49)	64	%44,14 (±%7,78)
مكسب مادي	2	6	3	6	4	3	24	%29,63 (±%9,18)	3	5	7	2	1	1	19	%29,69 (±%10,94)	43	%29,66 (±%7,16)
مهنة تمنحني التحرر	2	4	7	3	5	3	24	%29,63 (±%9,18)	1	2	4	1	0	1	9	%14,06 (±%8,32)	33	%22,76 (±%6,57)
تقربني من أصحاب القرار	0	2	0	6	8	3	19	%23,46 (±%8,52)	0	1	1	3	3	1	9	%14,06 (±%8,32)	28	%19,31 (±%6,19)
حبا للشهرة	0	4	2	1	3	0	10	%12,35 (±%6,62)	0	3	1	0	2	0	6	%9,38 (±%6,98)	16	%11,03 (±%4,91)
عمل مريح	1	2	3	1	1	1	9	%11,11 (±%6,32)	1	3	1	1	1	0	7	%10,94 (±%7,47)	16	%11,03 (±%4,91)
مهنة دارجة	0	0	2	0	1	0	3	%3,70 (±%3,80)	0	0	1	1	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	5	%3,45 (±%2,86)
بناء على تشجيع الأهل	0	2	1	2	1	3	9	%11,11 (±%6,32)	0	0	1	1	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	11	%7,59 (±%4,15)
عدم وجود بدائل أخرى في سوق العمل	4	2	0	0	0	0	6	%7,41 (±%5,27)	2	0	2	0	0	0	4	%6,25 (±%5,80)	10	%6,90 (±%3,97)
غير ذلك	2	0	0	2	0	0	4	%4,94 (±%4,36)	0	2	0	1	2	2	7	%10,94 (±%7,47)	11	%7,59 (±%4,15)
لا جواب	2	0	0	0	0	0	2	%2,47 (±%3,12)	1	0	0	0	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	3	%2,07 (±%2,23)
المجموع	81	68	58	46	35	25			64	50	41	29	20	11			145	

جدول رقم 34

	هل أثرت الحرب على خيارك المهني، كيف؟	إناث	ذكور	الإجمالي	النسبة للمجموع
لا	سواء كان هناك حرب أم لا خياري كان سيبقى ذاته	7	3		
	لأني بدأت في اختياري المهنة قبل الحرب 1975	1	3		
	لأنني أعتبر أن الفرصة أخذتني إلى الإعلام وصوتي الجميل	1	0	98	%67,59
	الرغبة والمقومات التي تلعب دورا في هذا المجال غير متوفرة لأي عمل آخر	0	1		(±%7,33)
	لأن الظروف قد تلعب دورا أحيانا	0	1		
	لأنني أملك الخبرة والاختصاص المطلوبين	0	1	إناث	ذكور
	عشت في الخارج	1	0	%77,78	%54,69
	لا جواب	53	26	(±%8,36)	(±%11,92)
نعم	لأنني اعتبر أن الفرصة أخذتني إلى الإعلام وصوتي الجميل	0	1		
	لأنني دخلت إلى هذه المهنة مع بداية الحرب اللبنانية	0	1		
	لأن الإعلام الوسيلة الوحيدة التي تنقل الواقع على حقيقته	0	1		
	عدم وجود فرص للعمل عند التخرج سنة 84 في العمل في الاختصاص	0	1		
	لأنني كنت أعمل كمدير شركة سفريات أما اليوم فموقعي قد تغير كثيرا	0	1		
	تلك الخيارات	0	1		
	جعلتني أتابع الأحداث السياسية	1	1	22	%15,17
	متابعة علومي الثانوية	0	1		(±%5,62)
	أنها الجامعة الأفضل في المنطقة الشرقية	0	1		
	عدم توفر فرصة أخرى للعمل	0	1		
	كان الإعلام ضروريا جدا	0	1		
	الأحداث فرضت علي التوجه في هذا الاتجاه	1	1		
	الظروف الصعبة في الحرب	0	1		
	البلد كله رجع عشرين سنة إلى الخلف	0	1	إناث	ذكور
	خلقت لدي اهتماما بالشأن العام وحسا بالانتماء إلى قضية ما	1	0	%4,94	%28,13
	لا جواب	1	4	(±%4,36)	(±%10,77)
إلى حد ما	طبيعة جو الحرب تمنع من خبرات معينة, كما أن له إيجابيات مهنية أحيانا	0	1		
	لأن بعض وسائل الحرب صحافة مريضة تصب الزيت على النار	0	1		
	وجود المنزل قرب العمل	1	1		
	كان الإعلام ضروريا جدا	0	1		
	سواء كان هناك حرب أم لا خياري كان سيبقى ذاته	1	0	23	%15,86
	جعلتني أعي حقائق أريد نقلها للعالم أو تشويهات حقائق أردت تصحيحها	1	0		(±%5,72)
	لأن الإعلام الوسيلة الوحيدة التي تنقل الواقع على حقيقته	1	0		
	لأني بدأت في اختياري المهنة قبل الحرب 1975	1	0		
	لأن الظروف قد تلعب دورا أحيانا	1	0		
	جعلتني أتابع الأحداث السياسية	1	0	إناث	ذكور
	عدم وجود اختصاص في مجال تعلمي	1	0	%16,05	%15,63
	لا جواب	5	6	(±%7,38)	(±%8,69)
لا جواب		1	1	2	%1,38 (±%1,83)
المجموع		81	64	145	%100.00

جدول رقم 35

طريقة الحصول على عمل بالأولوية أولوية رقم	إناث 1	2	3	4	5	إجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	إجمالي	النسبة	الإجمالي	النسبة للمجموع
حاجة المؤسسة لك	21	7	8	4	2	42	%51,85 (±%10,05)	19	14	6	1	0	40	%62,50 (±%11,59)	82	%56,55 (±%7,77)
توفر شهادة الاختصاص	14	20	5	3	1	43	%53,09 (±%10,04)	9	9	8	0	1	27	%42,19 (±%11,83)	70	%48,28 (±%7,83)
عن طريق الصدفة	18	8	8	2	0	36	%44,44 (±%9,99)	6	7	2	1	1	17	%26,56 (±%10,58)	53	%36,55 (±%7,55)
عن طريق أقرباء و معارف	15	11	3	0	1	30	%37,04 (±%9,71)	16	2	3	1	0	22	%34,38 (±%11,37)	52	%35,86 (±%7,52)
توفر الخبرة	8	5	9	1	0	23	%28,40 (±%9,07)	4	11	4	1	0	20	%31,25 (±%11,10)	43	%29,66 (±%7,16)
معرفتي للغات أجنبية	0	2	4	6	2	14	%17,28 (±%7,61)	0	5	2	3	0	10	%15,63 (±%8,69)	24	%16,55 (±%5,82)
الصوت	0	2	4	2	2	10	%12,35 (±%6,62)	1	0	4	0	0	5	%7,81 (±%6,43)	15	%10,34 (±%4,77)
واسطة سياسية	3	1	1	2	0	7	%8,64 (±%5,65)	4	2	0	1	0	7	%10,94 (±%7,47)	14	%9,66 (±%4,63)
بسبب جمال الشكل	1	3	1	2	1	8	%9,88 (±%6,00)	0	1	1	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	10	%6,90 (±%3,97)
انتماء حزبي	0	1	0	0	1	2	%2,47 (±%3,12)	3	0	0	0	1	4	%6,25 (±%5,80)	6	%4,14 (±%3,12)
وراثة المهنة عن أحد أفراد العائلة	0	0	0	0	1	1	%1,23 (±%2,22)	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	1	%0,69 (±%1,30)
غير ذلك	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	1	0	1	1	3	%4,69 (±%5,06)	3	%2,07 (±%2,23)
لا جواب	1	0	0	0	0	1	%1,23 (±%2,22)	2	0	0	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	3	%2,07 (±%2,23)
المجموع	81	60	43	22	11			64	52	30	9	4			145	

جدول رقم 36

لدى حصولك على العمل كان انتماؤك الطائفي عاملا	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
مساعدا	10	14	%12,35 (±%6.62)	%21.88 (±%9,90)	%16,55 (±%5,82)
معوقا	1	1	%1.23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
مساعدا و معوقا	1	0	%1.23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
لا يهم	63	44	%77,78 (±%8,36)	%68,75 (±%11,10)	%73,79 (±%6,89)
لا جواب	6	5	%7,41 (±%5,27)	%7,81 (±%6,43)	%7,59 (±%4.15)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 37

تاريخ الانتساب للمؤسسة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
منذ أقل من 5 سنوات	31	14	%38,27 (±%9,78)	%21,88 (±%9,90)	%31,03 (±%7,25)
بين 6 و 10 سنوات	31	22	%38,27 (±%9,78)	%34,38 (±%11,37)	%36,55 (±%7,55)
بين 11 و 20 سنة	14	10	%17,28 (±%7,61)	%15,63 (±%8,69)	%16,55 (±%5,82)
بين 21 و 30 سنة	1	8	%1,23 (±%2,22)	%12,50 (±%7,92)	%6,21 (±%3,78)
أكثر من 30 سنة	1	8	%1,23 (±%2,22)	%12,50 (±%7,92)	%6,21 (±%3,78)
لا جواب	3	2	%3,70 (±%3,80)	%3,13 (±%4.17)	%3,45 (±%2,86)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 38

نوع العمل الحالي في المؤسسة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
قسم الأخبار (التحرير والتحقيق)	20	12	%24,69 (±%8,67)	%18,75 (±%9,35)	%22.07 (±%6,50)
الاخراج	13	16	%16,05 (±%7,38)	%25,00 (±%10,37)	%20,00 (±%6,27)
قسم البرامج	15	6	%18,52 (±%7,81)	%9,38 (±%6,98)	%14,48 (±%5,51)
الادارة	9	5	%11,11 (±%6,32)	%7,81 (±%6,43)	%9,66 (±%4,63)
القسم التقني	4	9	%4,94 (±%4,36)	%14,06 (±%8,32)	%8.97 (±%4,48)
قسم الانتاج	7	6	%8,64 (±%5,65)	%9,38 (±%6,98)	%8.97 (±%4,48)
قسم الرصد والأرشيف	5	1	%6.17 (±%4,84)	%1,56 (±%2,97)	%4.14 (±%3,12)
التقديم	2	4	%2,47 (±%3,12)	%6,25 (±%5,80)	%4,14 (±%3,12)
قسم الاعلان	3	2	%3,70 (±%3,80)	%3,13 (±%4,17)	%3,45 (±%2,86)
لا جواب	3	3	%3,70 (±%3.80)	%4,69 (±%5,06)	%4,14 (±%3,12)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 39

هل قمت أو تقوم بأعمال إضافية أخرى داخل المؤسسة؟ حدد نوع الأعمال:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	مساعدة تحرير	2	0	40	%27,59 (±%7,00)
	علاقات وخدمات عامة	0	1		
	تسجيل صوت	0	1		
	مساعد مخرج	1	1		
	إعداد برامج	5	2		
	هندسة وصيانة الأجهزة	0	1		
	طباعة	1	0		
	العمليات	0	1		
	المونتاج السينمائي	0	1		
	خاصة بالمذيعات	0	1		
	مقدمة برامج	2	0		
	مراقبة البرامج	0	2		
	غير محدد	1	0		
	تحرير برامج	0	2		
	مذيع/ مراسل	2	1		
	مونتاج	1	0		
	في السفريات	1	0	اناث	ذكور
	الأخبار	0	3	%23,46	%32,81
	لا جواب	3	4	(±%8,52)	(±%11,24)
أحيانا	مساعدة تحرير	1	0	17	%11,72 (±%5,04)
	إعداد برامج	0	2		
	إخراج	1	1		
	أرشيف/ برامج	1	0		
	غير محدد	1	1		
	مذيع/ مراسل	1	0		
	تغطية الانتخابات	0	1	اناث	ذكور
	مستشارة	1	0	%4,94	%6,25
	لا جواب	3	3	(±%4,36)	(±%5,80)
لا		45	28	73	%50,34 (±%7,83)
				اناث	ذكور
				%55,56 (±%9,99)	%43,75 (±%11,88)
لا جواب		8	7	15	%10,34 (±%4,77)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 40

هل تشارك أو شاركت في برامج فضائية؟ أين؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	قناة الجزيرة	1	1	28	%19,31 (±%6,19)
	شركة الصباح العالمية	0	1		
	الإذاعة الكويتية	1	0		
	لبنان	0	1		
	CNN	1	0		
	تلفزيون أبوظبي	1	0		
	المستقبل	4	2		
	ART	1	1		
	المؤسسة اللبنانية للارسال	3	0		
	MBC	1	0		
	ORBIT	1	1	اناث	ذكور
	السعودية	1	0	%23,46	%14,06
	لا جواب	4	2	(±%8.52)	(±%8.32)
لا		56	53	109	%75,17 (±%6.77)
				اناث	ذكور
				%69,14 (±%9.29)	%82.81 (±%9.03)
لا جواب		6	2	8	%5,52 (±%3.58)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 41

هل تشارك أو شاركت في برامج فضائية ؟ ما هي البرامج؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	الأخبار	4	1	28	%19,31 (±%6,19)
	إعداد أفلام وثائقية	1	2		
	اجتماعية وثقافية	2	0		
	برامج سياسية	1	0		
	أزياء	0	1		
	نقل مجيء البابا يوحنا بولس الثاني إلى لبنان	0	1		
	لا تحصى	0	1		
	من المحيط إلى الخليج	1	0		
	سينمجلة	1	0		
	عالم الصباح/ على مدار الساعة/ الأخبار	1	0		
	الليلة ليلتك	1	0		
	جار القمر	0	1	اناث	ذكور
	برامج منوعة	4	1	%23,46	%14,06
	لا جواب	3	1	(±%8.52)	(±%8.32)
لا		56	53	109	%75,17 (±%6.77)
				اناث	ذكور
				%69,14 (±%9.29)	%82,81 (±%9.03)
لا جواب		6	2	8	%5,52 (±%3.58)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 42

هل تجد فرقا في العمل بين المحطات المحلية والفضائية؟ أوضح الفرق:		إناث				ذكور				الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	اجمالي	النسبة	1	2	اجمالي	النسبة		
كثيرا	الاجر اليومي المرتفع	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	جمهور أوسع/ مواضيع مختلفة/ ثقافة أشمل	1	0	1	%1,23	1	0	1	%1,56	2	%1,38
	عالميا أنشط/ شهرة أكبر/ المجال أوسع	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	الغنى المادي	0	1	1	%1,23	2	0	2	%3,13	3	%2,07
	نوعية البرامج	1	0	1	%1,23	1	0	1	%1,56	2	%1,38
	بواسطة الفضائية نستطيع إيصال النجاح إلى خارج الوطن الأم	0	0	0	%0,00	2	1	3	%4,69	3	%2,07
	المحلية	2	0	2	%2,47	2	0	2	%3,13	4	%2,76
	حرية التعامل	3	0	3	%3,70	0	1	1	%1,56	4	%2,76
	طريقة صياغة الخبر وكمية المعلومات	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	العمل في المحطات الفضائية أسهل	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	نسبة المشاهدين	0	0	0	%0,00	2	0	2	%3,13	2	%1,38
	الاختلاف في التوجه السياسي وحاجات الجمهور	2	0	2	%2,47	0	0	0	%0,00	2	%1,38
	من الناحية التنظيمية	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	كثرة البرامج العربية	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	لا جواب	6	0	6	%7,41	3	0	3	%4,69	9	%6,21
	الحاصل الاجمالي			16	%19,75 (±%8,01)			18	%28,13 (±%10.77)	34	%23,45 (±%6.64)
إلى حد ما	الإمكانات البشرية المحلية	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	جمهور أوسع/ مواضيع مختلفة/ ثقافة أشمل	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	عالميا أنشط/ شهرة أكبر/ المجال أوسع	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	برامج قديمة على الفضائية	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	الغنى المادي	1	0	1	%1,23	1	0	1	%1,56	2	%1,38
	نوعية البرامج	3	0	3	%3,70	2	0	2	%3,13	5	%3,45
	بواسطة الفضائية نستطيع إيصال النجاح إلى خارج الوطن الأم	0	0	0	%0,00	0	1	1	%1,56	1	%0,69
	معدات حديثة وبرامج هادفة أكثر من برامجنا المحلية	3	1	4	%4,94	0	0	0	%0,00	4	%2,76
	حرية التعامل	1	0	1	%1,23	1	0	1	%1,56	2	%1,38
	الموضوعية	1	0	1	%1,23	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	طريقة صياغة الخبر وكمية المعلومات	1	0	1	%1,23	2	0	2	%3,13	3	%2,07
	الفرق في الجمهور والادارة والعلاقة	1	0	1	%1,23	1	0	1	%1,56	2	%1,38
	نسبة المشاهدين	0	0	0	%0,00	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	الاختلاف في التوجه السياسي وحاجات الجمهور	2	0	2	%2,47	1	0	1	%1,56	3	%2,07
	لا جواب	9	0	9	%11,11	9	0	9	%14,06	18	%12,41
	الحاصل الاجمالي			26	%32,10 (±%9,39)			18	%28,13 (±%10,77)	44	%30,34 (±%7,20)
لا				7	%8,64 (±%5,65)			9	%14,06 (±%8,32)	16	%11,03 (±%4.91)
لا جواب				32	%39,51 (±%9,83)			19	%29,69 (±%10,94)	51	%35,17 (±%7,48)
المجموع				81	%100.00			64	%100.00	145	%100,00

جدول رقم 43

هل تجد أنك حصلت لنفسك على العمل المناسب	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	28	33	%34.57 (±%9.57)	%51.56 (±%11.97)	%42.07 (±%7.74)
لا	12	8	%14.81 (±%7.15)	%12.50 (±%7.92)	%13.79 (±%5.40)
الى حد ما	35	19	%43.21 (±%9.96)	%29.69 (±%10.94)	%37.24 (±%7.58)
لا جواب	6	4	%7.41 (±%5.27)	%6.25 (±%5.80)	%6.90 (±%3.97)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 44

هل تود الانتقال للعمل في مؤسسة أخرى؟ إذا نعم، حدد المؤسسة:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	قناة الجزيرة الفضائية	2	0	14	%9,66 (±%4,63)
	خارج لبنان	1	0		
	مؤسسة تجارية	1	0	اناث	ذكور
	لا جواب	6	3	%12,35 (±%6,62)	%6,25 (±%5,80)
	لا أعرف	0	1		
لا		55	46	101	%69,66 (±%7,20)
				اناث	ذكور
				%67,90 (±%9,39)	%71,88 (±%10.77)
لا جواب		16	14	30	%20,69 (±%6,35)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 45

هل تسعى لتغيير نوعية عملك في المؤسسة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	34	13	%41,98 (±%9.93)	%20,31 (±%9,63)	%32.41 (±%7.33)
لا	39	45	%48.15 (±%10,05)	%70.31 (±%10,94)	%57.93 (±%7,74)
لا جواب	8	6	%9,88 (±%6.00)	%9.38 (±%6,98)	%9,66 (±%4,63)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 46

	هل تسعى لتغيير نوعية عملك في المؤسسة؟ إذا نعم، الام تسعى؟	اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	مسؤولية اكثر	1	1		
	إلى خلق اوسع ونحو الافضل	4	3		
	عمل اكون فيه الرجل المناسب في المكان المناسب	0	1		
	إلى ان اكون مقدمة اخبار لأنها حلمي منذ البداية	1	0		
	تقديم برامج متنوعة	4	0		
	اسعى لإدارة البرامج والإنتاج كي تكون شركتي السباقة في نوعية البرامج	0	1		
	رئيس دائرة	1	0		%34,48
	مديرة السكريتاريا	1	0	50	(±%7,45)
	تنظيم افضل	0	1		
	إلى الاخراج والإعداد لبرنامج خاص	4	1		
	الوصول إلى موقع قرار	2	0		
	اسعى إلى تطوير عملي في ميدان إنتاج الوثائقيات	4	1		
	إعداد برنامج سياسي	3	0		
	كتابة الأخبار باللغة الإنكليزية	1	0		
	ان اعمل في الممثلات المحلية	0	1		
	اسعى للعودة إلى الصحافة المكتوبة	1	0	اناث	ذكور
	تحقيقات ميدانية	2	0	%44,44	%21,88
	لا جواب	7	4	(±%9.99)	(±%9,90)
لا		39	45	84	%57,93
					(±%7,74)
				اناث	ذكور
				%48,15	%70,31
				(±%10,05)	(±%10,94)
لا جواب		6	5	11	%7,59
					(±%4,15)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 47

هل أجريت عقد عمل مع المؤسسة التي تعمل فيها	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	41	41	%50,62 (±%10,06)	%64,06 (±%11,49)	%56,55 (±%7,77)
لا	33	15	%40,74 (±%9,88)	%23,44 (±%10,14)	%33,10 (±%7,37)
لا جواب	7	8	%8,64 (±%5,65)	%12,50 (±%7,92)	%10,34 (±%4,77)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 48

هل تتوقع الاستمرار في هذه المهنة لفترة طويلة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	56	49	%69,14 (±%9,29)	%76,56 (±%10,14)	%72,41 (±%7,00)
لا	15	10	%18,52 (±%7,81)	%15,63 (±%8,69)	%17,24 (±%5,92)
لا جواب	10	5	%12,35 (±%6,62)	%7,81 (±%6,43)	%10,34 (±%4,77)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 49

هل لديك شعور بالاستقرار في عملك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
كثيرا	17	18	%20,99 (±%8,19)	%28,13 (±%10,77)	%24,14 (±%6,71)
أحيانا	4	4	%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)	%5,52 (±%3,58)
إلى حد ما	49	31	%60,49 (±%9,83)	%48,44 (±%11,97)	%55,17 (±%7,79)
لا أشعر بالاستقرار	8	10	%9,88 (±%6,00)	%15,63 (±%8,69)	%12,41 (±%5,17)
لا جواب	3	1	%3,70 (±%3,80)	%1,56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 50

هل لديك شعور بالاستقرار في عملك ؟ إذا لا، ما هو السبب؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
كثيرا		17	18	35	%24,14 (±%6,71)
				اناث	ذكور
				%20,99 (±%8,19)	%28,13 (±%10,77)
أحيانا		4	4	8	%5,52 (±%3,58)
				اناث	ذكور
				%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)
الى حد ما		49	31	80	%55,17 (±%7,79)
				اناث	ذكور
				%60,49 (±%9,83)	%48,44 (±%11,97)
لا	بسبب الوضع الاقتصادي للشركة والتغييرات السياسية وعدم استقرارها	2	3	18	%12,41 (±%5,17)
	عدم الإنصاف	1	1		
	بسبب نوعية العمل الذي يبعد كثيرا عن الروتين	1	0		
	لطمح إلى الأفضل	1	1		
	لأني أعرف أن العمل لا يناسب طموحاتي	2	1		
	تبعا للوضع وعدم الاطمئنان للمستقبل	1	1		
	طبيعة العمل	0	1	اناث	ذكور
	أني أريد أن أعمل حرا	0	1	%9,88 (±%6,00)	%15,63 (±%8,69)
	لا جواب	0	1		
لا جواب		3	1	4	%2,76 (±%2,57)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 51

كم ساعة تعمل يوميا	اناث	ذكور	النسبة ضمن للجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
أقل من 6 ساعات	3	4	%3,70 (±%3,80)	%6,25 (±%5,80)	%4,83 (±%3,36)
بين 6 و9 ساعات	35	26	%43,21 (±%9,96)	%40,63 (±%11,76)	%42,07 (±%7,74)
بين 9 و12 ساعة	22	18	%27,16 (±%8,95)	%28,13 (±%10,77)	%27,59 (±%7,00)
بين 12 و15 ساعة	5	4	%6,17 (±%4,84)	%6,25 (±%5,80)	%6,21 (±%3,78)
بين 15 و18 ساعة	1	1	%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
18 ساعة أو أكثر أحيانا	1	1	%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
غير محدد	3	4	%3,70 (±%3,80)	%6,25 (±%5,80)	%4,83 (±%3,36)
لا جواب	11	6	%13,58 (±%6,89)	%9,38 (±%6,98)	%11,72 (±%5,04)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 52

حدد دوام عملك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نهاري	38	22	%46,91 (±%10,04)	%34,38 (±%11,37)	%41,38 (±%7,72)
ليلي	2	1	%2,47 (±%3,12)	%1,56 (±%2,97)	%2,07 (±%2,23)
الاثنين معا	38	38	%46,91 (±%10,04)	%59,38 (±%11,76)	%52,41 (±%7,83)
لا جواب	3	3	%3,70 (±%3,80)	%4,69 (±%5,06)	%4,14 (±%3,12)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 53

هل يسبب لك دوام العمل متاعب معينة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	14	10	%17,28 (±%7,61)	%15,63 (±%8,69)	%16,55 (±%5,82)
لا	23	26	%28,40 (±%9,07)	%40,63 (±%11,76)	%33,79 (±%7,41)
أحيانا	41	23	%50,62 (±%10,06)	%35,94 (±%11,49)	%44,14 (±%7,78)
لا جواب	3	5	%3,70 (±%3,80)	%7,81 (±%6,43)	%5,52 (±%3,58)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 54

هل تجد دوام العمل	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
متعبا	16	11	%19,75 (±%8,01)	%17,19 (±%9,03)	%18,62 (±%6,10)
مريحا	7	10	%8,64 (±%5,65)	%15,63 (±%8,69)	%11,72 (±%5,04)
مملا	5	0	%6,17 (±%4,84)	%0,00 (±%0,00)	%3,45 (±%2,86)
أصبح عادة	46	40	%56,79 (±%9,96)	%62,50 (±%11,59)	%59,31 (±%7,70)
غير ذلك	2	1	%2,47 (±%3,12)	%1,56 (±%2,97)	%2,07 (±%2,23)
لا جواب	5	2	%6,17 (±%4,84)	%3,13 (±%4,17)	%4,83 (±%3,36)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 55

السرعة في العمل تسبب لك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
توترا	20	7	%24.69 (±%8,67)	%10,94 (±%7,47)	%18.62 (±%6.10)
قلقا	4	15	%4.94 (±%4,36)	%23.44 (±%10,14)	%13,10 (±%5,29)
نشاطا	40	24	%49.38 (±%10,06)	%37.50 (±%11,59)	%44.14 (±%7,78)
توترا و قلقا	1	0	%1.23 (±%2.22)	%0.00 (±%0,00)	%0,69 (±%1.30)
توترا و نشاطا	3	1	%3.70 (±%3,80)	%1.56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
توترا و قلقا ونشاطا	2	0	%2.47 (±%3.12)	%0,00 (±%0,00)	%1,38 (±%1.83)
غير ذلك	4	6	%4.94 (±%4.36)	%9,38 (±%6,98)	%6.90 (±%3,97)
لا جواب	7	11	%8.64 (±%5,65)	%17.19 (±%9,03)	%12.41 (±%5,17)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 56

لدى الذهاب إلى العمل، تأتي	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
على الوقت	42	39	%51,85 (±%10.05)	%60,94 (±%11,68)	%55,86 (±%7,78)
قبل الوقت	17	15	%20,99 (±%8,19)	%23,44 (±%10,14)	%22,07 (±%6,50)
متأخرا	16	5	%19.75 (±%8,01)	%7,81 (±%6,43)	%14,48 (±%5,51)
على الوقت / قبل الوقت/ متأخرا	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0,00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
لا جواب	4	5	%4,94 (±%4,36)	%7,81 (±%6,43)	%6,21 (±%3,78)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 57

هل تتغيب عن عملك	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	ذكور	النسبة الاجمالية
نعم	0	0	%0.00 (±%0.00)	%0.00 (±%0.00)	%0.00 (+%0.00)
لا	37	16	%45.68 (±%10.02)	%25.00 (±%10.37)	%36.55 (±%7.55)
أحيانا	40	47	%49.38 (±%10.06)	%73.44 (±%10.58)	%60.00 (±%7.68)
لا جواب	4	1	%4.94 (±%4.36)	%1.56 (±%2.97)	%3.45 (±%2.86)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 58

هل تتغيب عن عملك	ما هو السبب بالأولوية ؟	إناث					ذكور					الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	اجمالي	النسبة	1	2	3	اجمالي	النسبة		
أحيانا	المرض	33	1	0	34	%41,98 (±%9,93)	8	1	0	9	%14,06 (±%8,32)	43	%29,66 (±%7,16)
	الواجبات العائلية	1	7	3	11	%13,58 (±%6,89)	3	1	1	5	%7,81 (±%6,43)	16	%11,03 (±%4,91)
	حبا بالراحة	1	3	4	8	%9,88 (±%6,00)	2	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	10	%6,90 (±%3,97)
	خلافات داخل العمل	0	1	1	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	2	%1,38 (±%1,83)
	تهربا من عمل شاق	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	%0,00 (±%0,00)
	غير ذلك	1	1	0	2	%2,47 (±%3,12)	1	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	3	%2,07 (±%2,23)
	لا جواب	1	0	0	1	%1,23 (±%2,22)	2	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	3	%2,07 (±%2,23)
كثيرا		0			0	%0,00	0			0	%0,00	0	%0,00
لا		40			40	%49,38 (±%10,06)	47			47	%73,44 (±%10,58)	87	%60,00 (±%7,68)
لا جواب		4			4	%4,94 (±%4,36)	1			1	%1,56 (±%2,97)	5	%3,45 (±%2,86)
المجموع		81	13	8			64	2	1			145	

جدول رقم 59

هل حصل وانقطعت عن عملك	حدد فترة الانقطاع	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
				اناث	ذكور	
نعم	اقل من اسبوع	5	2	%6,17 (±%4,84)	%3,13 (±%4,17)	%4,83 (±%3,36)
	شهر	4	0	%4,94 (±%4,36)	%0,00 (±%0,00)	%2,76 (±%2,57)
	بين الشهر والشهرين	3	1	%3,70 (±%3,80)	%1,56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
	سنة	3	0	%3,70 (±%3,80)	%0,00 (±%0,00)	%2,07 (±%2,23)
	15 يوم	1	1	%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
	4 اشهر	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0,00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
	8 اشهر	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0,00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
	6 اشهر	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
	فترة معينة من الحرب	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
	لا جواب	9	3	%11,11 (±%6,32)	%4,69 (±%5,06)	%8,28 (±%4,32)
لا		47	53	%58,02 (±%9,93)	%82,81 (±%9,03)	%68,97 (±%7,25)
لا جواب		4	3	%4,94 (±%4,36)	%4,69 (±%5,06)	%4,83 (±%3,36)
المجموع		81	64	%143,73	%127,17	145

جدول رقم 60

هل حصل وانقطعت عن عملك	لماذا؟	اناث					ذكور					الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	اجمالي	النسبة	1	2	3	اجمالي	النسبة		
نعم	الولادة	13	0	0	13	%16,05 (±%7,38)	0	0	0	0	%0,00 (±%0.00)	13	%8,97 (±%4,48)
	المرض	6	0	2	8	%9,88 (±%6,00)	3	1	0	4	%6,25 (±%5,80)	12	%8,28 (±%4,32)
	الزواج	1	5	0	6	%7,41 (±%5,27)	3	0	0	3	%4,69 (±%5,06)	9	%6,21 (±%3,78)
	سوء تفاهم مع المسؤولين	1	1	0	2	%2,47 (±%3,12)	1	1	0	2	%3,13 (±%4,17)	4	%2,76 (±%2,57)
	التقصير في العمل	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	%0,00 (±%0,00)
	خلافات مع الزملاء	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	0	%0,00 (±%0,00)
	غير ذلك	9	0	0	9	%11,11 (±%6.32)	1	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	10	%6,90 (±%3,97)
لا		47			47	%58,02 (±%9,93)	53			53	%82,81 (±%9,03)	100	%68,97 (±%7.25)
لا جواب		4			4	%4,94 (±%4.36)	3			3	%4,69 (±%5,06)	7	%4,83 (±%3.36)
المجموع		81	6	2			64	2	0			145	

جدول رقم 61

هل تستعين في عملك بالتقنيات والأساليب الحديثة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
باستمرار	32	22	%39,51 (±%9.83)	%34.38 (±%11,37)	%37,24 (±%7,58)
أحيانا	24	28	%29,63 (±%9,18)	%43,75 (±%11,88)	%35,86 (±%7,52)
لا أستعين	16	8	%19,75 (±%8,01)	%12.50 (±%7,92)	%16,55 (±%5,82)
لا جواب	9	6	%11,11 (±%6,32)	%9.38 (±%6,98)	%10.34 (±%4,77)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 62

كيف تقيم علاقتك مع التقنيات الحديثة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
صعبة	8	7	%9,88 (±%6,00)	%10,94 (±%7,47)	%10,34 (±%4,77)
سهلة	9	18	%11,11 (±%6.32)	%28,13 (±%10,77)	%18,62 (±%6,10)
لا مشكلة	39	25	%48,15 (±%10,05)	%39,06 (±%11,68)	%44,14 (±%7,78)
لم أحاول التعامل معها	14	5	%17,28 (±%7,61)	%7,81 (±%6,43)	%13.10 (±%5,29)
لا جواب	11	9	%13,58 (±%6,89)	%14,06 (±%8,32)	%13,79 (±%5.40)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 63

هل حصل وخضعت لدورات تدريبية؟ إذا نعم، أين؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	دار نشر	1	0	67	%46,21 (±%7,81)
	فرنسا	3	6		
	لبنان	7	6		
	إيطاليا	1	0		
	عدة دول عربية	1	0		
	سوريا	3	4		
	أميركا	1	0		
	أميركا وأوروبا	0	1		
	كندا	0	1		
	أوروبا	0	1		
	داخل المؤسسة	5	4		
	بريطانيا	3	1		
	NTV	1	0		
	معهد إدوار	2	0		
	المؤسسة اللبنانية للإرسال	1	0		
	تلفزيون المنار	1	1		
	إيران	0	1	اناث	ذكور
	أميركا وكوريا	0	1	%43,21 (±%9,96)	%50,00 (±%11,97)
	لا جواب	5	5		
لا		40	27	67	%46,21 (±%7,81)
				اناث	ذكور
				%49,38 (±%10,06)	%42,19 (±%11,83)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4,15)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 64

هل حصل وخضعت لدورات تدريبية؟ إذا نعم، كم مرة؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	مرة	16	13	67	%46,21
	مرتان	7	6		(±%7,81)
	3 مرات	3	4		
	4 مرات	0	2	اناث	ذكور
	كثيرا	1	4	%43,21	%50,00
	لا جواب	8	3	(±%9,96)	(±%11,97)
لا		40	27	67	%46,21 (±%7,81)
				اناث	ذكور
				%49,38 (±%10,06)	%42,19 (±%11,83)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4,15)
المجموع		81	64	145	%189,42

جدول رقم 65

هل حصل وخضعت لدورات تدريبية؟ إذا نعم، ما هي مواضيع الدورات؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	الإخراج	2	6	67	%46,21 (±%7,81)
	برامج أطفال	4	1		
	الإخراج / تصوير / صحافة	1	0		
	صحافة	0	4		
	مونتاج	2	0		
	مونتاج / رسم إلكتروني	0	1		
	تقديم نشرة أخبار	1	1		
	المقابلات التلفزيونية	0	1		
	الأخبار المرنية	3	1		
	مونتاج / كمبيوتر	0	1		
	سينما	0	1		
	فنية	0	1		
	دورات تدريبية لكتابة نص وتصوير	1	1		
	هندسة عليا في محطات التلفزة في العالم	0	1		
	كمبيوتر	2	1		
	تدريب على عمل المراسل	0	1		
	تغطية الأخبار	2	1		
	مونتاج / كمبيوتر / إخراج / تصوير	0	1		
	الإنتاج المحلي	1	1		
	أداء وإلقاء	5	1		
	تقني/ إداري	0	1	اناث	ذكور
	مونتاج / تقديم نشرة أخبار	1	0	%43,21 (±%9,96)	%50,00 (±%11,97)
	لا جواب	10	5		
لا		40	27	67	%46,21 (±%7,81)
				اناث	ذكور
				%49,38 (±%10,06)	%42,19 (±%11,83)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4,15)
المجموع		81	64	145	%189,42

جدول رقم 66

هل أنك بحاجة إلى مزيد من التدريب؟ لماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالى	النسبة للمجموع
نعم / أحيانا	للحاق بالتطورات الجديدة والتكنولوجيا	23	17	105	%72,41 (±%7,00)
	لأن في هذا المجال مهما تعلمت تريد الأكثر	12	12		
	لأنني لم أستفد من هذه الدورات	1	0		
	أحب التطلع دائما نحو الأفضل	6	4		
	المكتفي والكسول يتشابهان	0	1		
	لتحسين تعاملي مع الكمبيوتر	2	1		
	لأنني أحب أن أطلع واعرف تفاصيل عملي اكثر	0	2	اناث	ذكور
	لأني اعتدت أن أكتب أكثر من أن أتكلم	1	0	%70,37	%75,00
	لا جواب	12	11	(±%9,18)	(±%10,37)
لا	لأنه ليس لدي الوقت الكافي بسبب وجودي قرب عائلتي	0	1	12	%8,28 (±%4,32)
	لأنني أملك كفاءة في اختصاصي	2	1	اناث	ذكور
	لا جواب	4	4	%7,41 (±%5,27)	%9,38 (±%6,98)
لا جواب		18	10	28	%19,31 (±%6,19)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 67

تاريخ عملك في القسم الحالي	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الإجمالية
منذ أقل من 5 سنوات	28	19	%34.57 (±%9,57)	%29,69 (±%10,94)	%32,41 (±%7,33)
بين 6 و 10 سنوات	23	17	%28.40 (±%9,07)	%26,56 (±%10,58)	%27,59 (±%7,00)
بين 11 و 20 سنة	7	10	%8,64 (±%5,65)	%15,63 (±%8,69)	%11.72 (±%5,04)
بين 21 و 30 سنة	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
أكثر من 30 سنة	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	23	16	%28,40 (±%9,07)	%25,00 (±%10,37)	%26,90 (±%6,95)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 68

عدد العاملين في القسم الذي تعمل فيه	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الإجمالية
أقل من 5	17	12	%20,99 (±%8,19)	%18,75 (±%9,35)	%20,00 (±%6,27)
بين 5 و 9	14	6	%17,28 (±%7,61)	%9,38 (±%6,98)	%13,79 (±%5,40)
بين 10 و 19	14	12	%17,28 (±%7,61)	%18,75 (±%9,35)	%17,93 (±%6,01)
بين 20 و 49	17	14	%20,99 (±%8,19)	%21,88 (±%9,90)	%21.38 (±%6,42)
بين 50 و 99	4	1	%4,94 (±%4,36)	%1,56 (±%2,97)	%3.45 (±%2,86)
100 أو أكثر	2	5	%2,47 (±%3,12)	%7,81 (±%6,43)	%4.83 (±%3,36)
غير ثابت	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
لا أعرف	4	1	%4,94 (±%4,36)	%1,56 (±%2,97)	%3,45 (±%2,86)
لا جواب	8	13	%9,88 (±%6,00)	%20,31 (±%9,63)	%14.48 (±%5,51)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 69

موقعك في التراتبية في القسم الذي تعمل فيه حاليا	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
الثاني	8	3	%9,88 (±%6,00)	%4.69 (±%5.06)	%7,59 (±%4,15)
الأول/ المسؤول	11	23	%13,58 (±%6,89)	%35,94 (±%11,49)	%23,45 (±%6,64)
الثالث	1	4	%1,23 (±%2,22)	%6.25 (±%5.80)	%3.45 (±%2.86)
الرابع	2	2	%2,47 (±%3,12)	%3,13 (±%4,17)	%2,76 (±%2,57)
رئيس دائرة	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
الثامن	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
الخامس	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
الأخير	3	1	%3,70 (±%3,80)	%1,56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
لا يوجد	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0.00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
لا أعرف	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	52	29	%64,20 (±%9,64)	%45,31 (±%11,92)	%55,86 (±%7,78)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100.00

جدول رقم 70

هل ترقيت في عملك في هذا القسم	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	32	35	%39.51 (±%9.83)	%54,69 (±%11,92)	%46,21 (±%7,81)
لا	39	22	%48,15 (±%10,05)	%34,38 (±%11,37)	%42,07 (±%7,74)
لا جواب	10	7	%12,35 (±%7,31)	%10,94 (±%7,80)	%11,72 (±%5.34)
المجموع	81	64	%100,00	%100.00	%100,00

جدول رقم 71

هل ترقيت في عملك في القسم اذا نعم : نوع الترقي ، اذا لا: لماذا؟		اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
				اناث	ذكور	
نعم	مادي	13	6	%16,05 (±%7,38)	%9,38 (±%6,98)	%13,10 (±%5,29)
	موقعي	10	15	%12,35 (±%6,62)	%23,44 (±%10,14)	%17,24 (±%5,92)
	الاثنين معا	7	13	%8,64 (±%5,65)	%20,31 (±%9,63)	%13,79 (±%5,40)
	لا جواب	2	2	%2,47 (±%3,12)	%3,13 (±%4,17)	%2,76 (±%2,57)
لا	لأني جديد في العمل	5	2	%6,17 (±%4,84)	%3,13 (±%4,17)	%4,83 (±%3,36)
	لأن مجالات الترقية محدودة فالقسم قائم على وجود مدير تحرير ومحررين	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
	نظرا لطبيعة العلاقات الشخصية دون مراعاة الكفاءة والأهلية ومستوى الخبرة والعلم	3	0	%3,70 (±%3,80)	%0,00 (±%0,00)	%2,07 (±%2,23)
	لم يحن الوقت بعد	5	1	%6,17 (±%4,84)	%1,56 (±%2,97)	%4,14 (±%3,12)
	لأسباب تعود إلى هيكلية العمل في الشركة	2	0	%2,47 (±%3,12)	%0,00 (±%0,00)	%1,38 (±%1,83)
	طبيعة عملي	1	1	%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
	بسبب الترقيات العشوائية والمحسوبيات التي حصلت	1	1	%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)	%1,38 (±%1,83)
	لأنهم لا يقدرون جهود أحد	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
	ليس لدي إنتماء سياسي	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
	لا أعرف	4	1	%4,94 (±%4,36)	%1,56 (±%2,97)	%3,45 (±%2,86)
	لا جواب	15	16	%18,52 (±%7,81)	%25,00 (±%10,37)	%21,38 (±%6,42)
لا جواب		10	6	%12,35 (±%6,62)	%9,38 (±%6,98)	%11,03 (±%4,91)
المجموع		81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 75

هل تجد أن الراتب الذي تتقاضاه من المؤسسة	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
منصف	11	5	%13.58 (±%6,89)	%7.81 (±%6.43)	%11.03 (±%4,91)
إلى حد	34	28	%41,98 (+%9,93)	%43.75 (±%11.88)	%42.76 (±%7,75)
غير منصف	31	28	%38,27 (±%9,78)	%43.75 (±%11,88)	%40.69 (+%7,70)
لا جواب	5	3	%6.17 (±%4.84)	%4.69 (±%5.06)	%5.52 (±%3.58)
المجموع	81	64	%100.00	%100,00	%100.00

جدول رقم 76

هل تجد أن هناك تمييزا في الراتب تبعا للجنس	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	8	2	%9.88 (+%6,00)	%3.13 (+%4,17)	%6.90 (+%3,97)
لا	55	48	%67,90 (±%9,39)	%75,00 (±%10,37)	%71,03 (±%7,11)
أحيانا	12	7	%14,81 (±%7,15)	%10,94 (±%7,47)	%13,10 (±%5,29)
لا جواب	6	7	%7,41 (±%5,27)	%10,94 (±%7,47)	%8,97 (±%4,48)
المجموع	81	64	%100,00	%100.00	%100,00

جدول رقم 77

هل تجد أن زملاءك الذين لديهم نفس مؤهلاتك يتقاضون نفس الراتب	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	25	24	%30,86 (±%9,29)	%37,50 (±%11,59)	%33,79 (±%7,41)
لا	30	15	%37,04 (±%9,71)	%23,44 (±%10,14)	%31,03 (±%7,25)
أحيانا	18	16	%22,22 (±%8,36)	%25,00 (±%10,37)	%23,45 (±%6,64)
لا جواب	8	9	%9,88 (±%6,00)	%14,06 (±%8,32)	%11,72 (±%5,04)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 78

هل من تقديمات أخرى غير الراتب تقدمها المؤسسة؟ ما هي نوعية هذه التقديمات؟		إناث					ذكور					الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	الاجمالي	النسبة	1	2	3	اجمالي	النسبة		
نعم	الضمان الصحي	23	1	0	24	%29,63	12	0	1	13	%20,31	37	%25,52
	تنقلات	1	1	0	2	%2,47	2	2	0	4	%6,25	6	%4,14
	منح دراسية	0	2	1	3	%3,70	4	5	1	10	%15,63	13	%8,97
	شهران إضافيان	1	0	0	1	%1,23	1	1	1	3	%4,69	4	%2,76
	تزيين الشعر واللباس	8	1	1	10	%12,35	2	1	1	4	%6,25	14	%9,66
	ساعات إضافية	0	1	0	1	%1,23	2	1	0	3	%4,69	4	%2,76
	بدل سفر	0	0	0	0	%0,00	0	1	0	1	%1,56	1	%0,69
	مخصصات	1	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	تعطي عدد من المدراء معاش ونصف	1	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	تأمين على الحياة	0	2	0	2	%2,47	1	2	0	3	%4,69	5	%3,45
	طعام	0	1	0	1	%1,23	0	0	1	1	%1,56	2	%1,38
	مكافآت	1	2	0	3	%3,70	4	1	0	5	%7,81	8	%5,52
	تقديمات مالية كل ثلاثة أشهر	0	0	0	0	%0,00	3	1	0	4	%6,25	4	%2,76
	ضمان اجتماعي	2	4	0	6	%7,41	0	0	0	0	%0,00	6	%4,14
	لا جواب	6	0	0	6	%7,41	5	0	0	5	%7,81	11	%7,59
	الحاصل الاجمالي				44	%54,32 (±%10,02)				36	%56,25 (±%11,88)	80	%55,17 (±%7,79)
أحيانا	تنقلات	1	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	تزيين الشعر واللباس	3	0	0	3	%3,70	0	1	0	1	%1,56	4	%2,76
	ساعات إضافية	1	0	0	1	%1,23	3	0	0	3	%4,69	4	%2,76
	بدل سفر	1	0	0	1	%1,23	1	0	0	1	%1,56	2	%1,38
	مخصصات	0	0	0	0	%0,00	1	0	0	1	%1,56	1	%0,69
	تأمين على الحياة	0	0	0	0	%0,00	2	0	0	2	%3,13	2	%1,38
	مكافآت	2	0	0	2	%2,47	1	0	0	1	%1,56	3	%2,07
	تدريب	1	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	لا جواب	2	0	0	2	%2,47	4	0	0	4	%6,25	6	%4,14
	الحاصل الاجمالي				11	%13,58 (±%6,89)				12	%18,75 (±%9,35)	23	%15,86 (±%5,72)
لا					21	%25,93 (±%8,81)				12	%18,75 (±%9,35)	33	%22,76 (±%6,57)
لا جواب					5	%6,17 (±%4,84)				4	%6,25 (±%5,80)	9	%6,21 (±%3,78)
المجموع					81	%100,00				64	%100,00	145	%100,00

جدول رقم 79

هل التقديمات الأخرى التي تقدمها المؤسسة تطال:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
البعض	النساء	2	1	41	%28,28 (±%7,06)
	الرجال	2	1		
	الاثنين معا	20	13	اناث	ذكور
	لا جواب	2	0	%32,10 (±%9,39)	%23,44 (±%10,14)
الجميع		27	30	57	%39,31 (±%7,65)
				اناث	ذكور
				%33,33 (±%9,48)	%46,88 (±%11,95)
لا جواب		28	19	47	%32,41 (±%7,33)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 80

لماذا لا تطال التقديمات التي تقدمها المؤسسة الجميع ؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
البعض	بسبب ظهور البعض فقط على الهواء	2	0	41	%28,28 (±%7,06)
	بسبب تدخلات سياسية	0	1		
	هذه هي مساوئ هذا البلد وهذا النظام الطائفي	0	1		
	حق من حقوق قانون العمل في التلفزيون	2	0		
	يقولون لأن الرجل هو رب العائلة والمرأة تتبع رجلها	1	0		
	حسب نوع العمل ومتطلباته	3	3		
	لأن الوظيفة تؤدى من قبل الاثنين	0	1		
	بسبب اجتهادهم	1	2		
	تبعا للعلاقة مع النافذين في الإدارة	2	1	اناث	ذكور
	حسب العقد	1	0	%32,10 (±%9,39)	%23,44 (±%10,14)
	لا جواب	14	6		
الجميع		27	30	57	%39,31 (±%7,65)
				اناث	ذكور
				%33,33 (±%9,48)	%46,88 (±%11,95)
لا جواب		28	19	47	%32,41 (±%7,33)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 81

هل تجد أن الحياد والموضوعية متوفران في عملك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
إلى حد كبير	14	14	%17.28 (±%7.61)	%21.88 (±%9.90)	%19.31 (±%6.19)
إلى حد ما	48	33	%59.26 (±%9.88)	%51.56 (±%11.97)	%55.86 (±%7.78)
صعب توفرهما	7	8	%8.64 (±%5.65)	%12.50 (±%7.92)	%10.34 (±%4.77)
لا جواب	12	9	%14.81 (±%7.15)	%14.06 (±%8.32)	%14.48 (±%5.51)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 82

العوائق التي تجد أنها تحول دون ممارسة عملك بشكل أفضل / أولوية رقم	اناث								ذكور								الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	5<	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	5<	اجمالي	النسبة		
الرقابة	8	3	1	1	2	1	16	%19,75 (±%8,01)	2	2	2	1	0	3	10	%15,63 (±%8.69)	26	%17,93 (±%6.01)
الرقابة الذاتية	5	3	1	1	1	1	12	%14,81 (±%7,15)	8	3	2	1	0	1	15	%23,44 (±%10,14)	27	%18,62 (±%6,10)
الضغط الآتي من مصالح المؤسسة المادية	13	4	3	2	2	3	27	%33,33 (±%9,48)	17	5	1	0	2	0	25	%39,06 (±%11,68)	52	%35,86 (±%7,52)
ضغط الرئيس المباشر في العمل	5	5	5	6	0	3	24	%29,63 (±%9,18)	0	1	4	1	2	0	8	%12,50 (±%7,92)	32	%22,07 (±%6,50)
ضغط سياسي عام	12	10	2	0	0	0	24	%29,63 (±%9,18)	6	5	1	3	0	1	16	%25,00 (±%10,37)	40	%27,59 (±%7,00)
ضغط اجتماعي عام	5	6	5	1	2	1	20	%24,69 (±%8,67)	4	5	3	1	1	2	16	%25,00 (±%10,37)	36	%24,83 (±%6,77)

جدول رقم 83

هل حصل وتعرضت لضغط معين في عملك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
باستمرار	2	3	%2.47 (±%3.12)	%4.69 (±%5.06)	%3.45 (±%2.86)
أحيانا	30	20	%37.04 (±%9.71)	%31.25 (±%11.10)	%34.48 (±%7.45)
لم يحصل	37	28	%45.68 (±%10.02)	%43.75 (±%11.88)	%44.83 (±%7.79)
لا جواب	12	13	%14.81 (±%7.15)	%20.31 (±%9.63)	%17.24 (±%5.92)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 84

هل حصل وتعرضت لضغط معين في عملك؟ حدد مصدر الضغط		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
باستمرار	المسؤول المباشر	1	1	5	%3,45 (±%2,86)
	كثرة العمل	0	1		
	طريقة التفكير	1	0	اناث	ذكور
	لا جواب	0	1	%2,47 (±%3,12)	%4,69 (±%5,06)
أحيانا	المسؤول المباشر	7	1	51	%35,17 (±%7,48)
	كثرة العمل	3	4		
	طريقة التفكير	0	1		
	رأس المال	0	2		
	مديريات عدة لسبب نوع العمل	0	1		
	وزير الإعلام	1	1		
	معنوي ومادي ونلوذي	1	1	اناث	ذكور
	السياسة	2	1	%37,04 (±%9,71)	%32,81 (±%11,24)
	لا جواب	16	9		
لا		37	28	65	%44,83 (±%7,79)
				اناث	ذكور
				%45,68 (±%10,02)	%43,75 (±%11,88)
لا جواب		12	12	24	%16,55 (±%5,82)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 85

ما أبرز العوامل التي تجد أنها تساهم في النجاح حسب الأولوية : أولوية رقم	إناث									ذكور									الإجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة		
التحضير الجيد للعمل	38	6	12	2	0	2	0	60	%74,07 (±%8,81)	30	5	7	4	1	0	0	47	%73,44 (±%10.58)	107	%73,79 (±%6.89)
الخبرة	18	26	2	2	5	2	2	57	%70,37 (±%9,18)	18	27	3	1	1	0	0	50	%78,13 (±%9,90)	107	%73,79 (±%6.89)
الثقافة	9	12	18	5	7	2	4	57	%70,37 (±%9,18)	3	11	21	5	2	2	0	44	%68,75 (±%11,10)	101	%69,66 (±%7,20)
الشكل الحسن	1	1	5	5	1	2	19	34	%41,98 (±%9,93)	1	0	1	2	1	1	8	14	%21,88 (±%9,90)	48	%33,10 (±%7,37)
الهندام الجيد	1	1	2	4	5	1	22	36	%44,44 (±%9,99)	0	0	0	1	1	0	9	11	%17,19 (±%9,03)	47	%32,41 (±%7,33)
عمر الشباب	0	0	0	1	2	5	19	27	%33,33 (±%9.48)	0	2	0	2	1	4	7	16	%25,00 (±%10.37)	43	%29,66 (±%7.16)
سرعة المبادرة	1	7	15	9	6	4	3	45	%55,56 (±%9,99)	0	6	7	12	4	4	1	34	%53,13 (±%11,95)	79	%54,48 (±%7,80)
الجرأة	1	6	6	13	9	5	7	47	%58,02 (±%9,93)	1	2	5	8	10	0	3	29	%45,31 (±%11,92)	76	%52,41 (±%7,83)
إتقان اللغة العربية	0	1	1	4	7	7	13	33	%40,74 (±%9.88)	0	0	3	4	4	7	6	24	%37,50 (±%11,59)	57	%39,31 (±%7,65)
الإلمام باللغات الأجنبية	0	3	1	6	3	10	16	39	%48,15 (±%10.05)	2	1	2	1	9	7	14	36	%56,25 (±%11,88)	75	%51,72 (±%7,83)
التدريب المستمر	1	5	2	3	3	3	19	36	%44,44 (±%9.99)	1	0	1	4	3	5	12	26	%40,63 (±%11,76)	62	%42,76 (±%7,75)
غير ذلك	0	0	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0.00)	0	0	0	0	0	1	0	1	%1,56 (±%2.97)	1	%0,69 (±%1.30)
لا جواب	11	0	0	0	0	0	0	11	%13,58 (±%6.89)	8	0	0	0	0	0	0	8	%12,50 (±%7,92)	19	%13,10 (±%5.29)
المجموع	81	68	64	54	48	43	124			64	54	50	44	37	31	60			145	

جدول رقم 86

هل حصل وفشلت محاولتكم بعمل معين	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: اناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الاجمالية
نعم	7	8	%8.64 (±%5.65)	%12.50 (±%7.92)	%10.34 (±%4.77)
لا	51	35	%62.96 (±%9.71)	%54.69 (±%11.92)	%59.31 (±%7.70)
أحيانا	13	14	%16.05 (±%7.38)	%21.88 (±%9.90)	%18.62 (±%6.10)
لا جواب	10	7	%12.35 (±%6.62)	%10.94 (±%7.47)	%11.72 (+%5.04)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 87

هل حصل وفشلت بقيامكم بعمل معين؟ إذا نعم، ما هو سبب الفشل بالأولوية ؟		اناث 1	2	3	4	اجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	اجمالي	النسبة	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم / أحيانا	ضغط الأهل	0	0	0	0	0	%0,00	0	0	0	0	0	%0,00	0	%0,00
	الاهتمام بالأولاد	2	0	0	0	2	%2,47	1	0	0	0	1	%1,56	3	%2,07
	ضغط الشريك	0	1	1	0	2	%2,47	1	1	0	0	2	%3,13	4	%2,76
	ضغط اجتماعي	0	0	0	1	1	%1,23	2	0	0	0	2	%3,13	3	%2,07
	ضغط سياسي	0	1	0	0	1	%1,23	5	0	0	0	5	%7,81	6	%4,14
	الحفاظ على السمعة الأخلاقية	1	0	0	1	2	%2,47	0	1	0	0	1	%1,56	3	%2,07
	عدم توفر الخبرة	6	2	1	0	9	%11,11	5	4	0	0	9	%14,06	18	%12,41
	عدم توفر علاقات اجتماعية كافية	2	1	0	0	3	%3,70	1	1	1	0	3	%4,69	6	%4,14
	عدم توفر مؤهلات لها علاقة بالشكل	2	1	0	0	3	%3,70	0	2	1	1	4	%6,25	7	%4,83
	عدم توفر مؤهلات لها علاقة بالمقدرة الفكرية	0	0	0	0	0	%0,00	0	0	0	0	0	%0,00	0	%0,00
	ضغط ديني	0	0	0	0	0	%0,00	0	0	0	0	0	%0,00	0	%0,00
	غير ذلك	1	0	1	0	2	%2,47	1	1	0	0	2	%3,13	4	%2,76
	لا جواب	7	0	0	0	7	%8,64	6	0	0	0	6	%9,38	13	%8,97
	الحاصل الاجمالي					21	%25,93 (±%8,81)					22	%34,38 (±%11,37)	43	%29,66 (±%7,16)
لا						51	%62,96 (±%9,71)					35	%54,69 (±%11,92)	86	%59,31 (±%7,70)
لا جواب						9	%11,11 (±%6,32)					7	%10,94 (±%7,47)	16	%11,03 (±%4,91)
المجموع						81						64		145	

جدول رقم 88

هل حصل وفشلت بالقيام بعمل معين؟ إذا نعم، ماذا كانت ردة فعلك ؟		اناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	4	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	اجمالي	النسبة		
نعم / احيانا	العمل على تطوير نفسك	10	0	0	0	10	%12,35	9	0	0	0	9	%14,06	19	%13,10
	العمل على تغيير الشكل	1	3	0	0	4	%4,94	1	1	0	0	2	%3,13	6	%4,14
	تحسين العلاقات مع المسؤول	0	0	0	0	0	%0,00	2	1	1	0	4	%6,25	4	%2,76
	تغيير المصادر	0	0	1	0	1	%1,23	0	1	1	1	3	%4,69	4	%2,76
	الانسحاب	1	0	0	0	1	%1,23	3	1	0	0	4	%6,25	5	%3,45
	مزيدا من التفلت في العادات والتقاليد	0	0	0	0	0	%0,00	1	0	0	1	2	%3,13	2	%1,38
	غير ذلك	2	0	0	0	2	%2,47	1	0	0	0	1	%1,56	3	%2,07
	لا جواب	7	0	0	0	7	%8,64	5	0	0	0	5	%7,81	12	%8,28
	الحاصل الاجمالي	21					%25,93 (±%8,81)	22					%34,38 (±%11,37)	43	%29,66 (±%7,16)
لا		51					%62,96 (±%9,71)	35					%54,69 (±%11,92)	86	%59,31 (±%7,70)
لا جواب		9					%11,11 (±%6,32)	7					%10,94 (±%6,28)	16	%11,03 (±%6,30)
المجموع		81						64						145	

جدول رقم 89

هل حصل وحاولت خرق القوالب والنماذج المتعارف عليها في عملك؟ ما هو الدافع؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
باستمرار	حب المهنة	1	1		%6,21
	لمتابعة ومواكبة التطور	1	1	9	(±%3,78)
	التغيير	1	0		
	تحسين سير العمل	0	2	اناث	ذكور
	الأداء الأفضل	0	1	%3,70	%7,81
	لا جواب	0	1	(±%3,80)	(±%5,40)
أحيانا	حب المهنة	1	2		
	لمتابعة ومواكبة التطور	2	4		
	العمل الدؤوب	0	1		
	التغيير	1	2		
	غياب العدل والمساواة	1	0		%30,34
	عدم اقتناعي	1	1	44	(±%7,20)
	تحسين سير العمل	3	4		
	لتقييم	0	1		
	الأداء الأفضل	1	1		
	لفت انتباه	0	1		
	الموضوع نفسه ومدى اطلاعي على أسلوب العمل	1	1	اناث	ذكور
	تغيير الدافع والنظرة إلى المراسلة كفتاة	1	0	%23,46	%39,06
	لا جواب	7	7	(±%8,52)	(±%11,68)
لا		46	25	71	%48,97 (±%7,83)
				اناث	ذكور
				%56,79 (±%9,96)	%39,06 (±%11,68)
لا جواب		13	8	21	%14,48 (±%5,51)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 90

هل حصل وحاولت خرق القوالب والنماذج المتعارف عليها في عملك؟ أعط مثلا:		إناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
باستمرار	تقصير مدة العمل من 3 ساعات إلى ساعة مع نوعية أفضل	0	1	9	%6,21
	طرح مواضيع جديدة	2	0		(±%3,78)
	في مجال التحقيقات	1	0	إناث	ذكور
	لا جواب	0	5	%3,70 (±%3,80)	%9,38 (±%6,98)
أحيانا	عملت في بعض الأفلام وحصلت على جوائز	0	1	44	%30,34 (±%7,20)
	التحويل إلى اللغة العامية والخروج عن التقاليد السابقة	1	0		
	أقوم بعمل يتطلب 4 أشخاص أو أكثر	0	1		
	فالأولوية دائما للواسطة وهذا مقرف جدا ثم أنني لا أحب أسلوبهم لأنهم غير محققين	1	0		
	لا تشرح بسطر	1	0		
	أسلوب الحضور والتخاطب	1	0		
	خبر عن المزارعين	0	1		
	تجديد في الصورة و تطوير في المعدات	2	0		
	تقصير مدة العمل من 3 ساعات إلى ساعة مع نوعية أفضل	1	1		
	ابتكار طرق جديدة في التعامل بين الأقسام وقسم المخازن في الحصول على طلبات	0	1		
	على اعتمادي كمراسلة في أحد المقرات بعد أن كان ذلك غير مسموح كمراسلة	1	0		
	طرح مواضيع جديدة	0	3		
	في مجال التحقيقات	0	1	إناث	ذكور
	طريقة التعاطي مع الأخبار	0	1	%23,46	%39,06
	لا جواب	11	15	(±%8,52)	(±%11,68)
لا		46	25	71	%48,97 (±%7,83)
				إناث	ذكور
				%56,79 (±%9,96)	%39,06 (±%11,68)
لا جواب		13	8	21	%14,48 (±%5,51)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 91

هل حصل وحاولت خرق القوالب والنماذج المتعارف عليها في عملك؟ من كان المشجع لذلك؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
باستمرار	التقدم	0	2	9	%6,21 (±%3,78)
	المدير المسؤول	1	1		
	لا أحد (أنا)	2	2	اناث	ذكور
	تحسين سير العمل	0	1	%3,70 (±%3,80)	%9,38 (±%6,98)
أحيانا	حبي لعملي وتشجيع أحد المدراء	0	2	44	%30,34 (±%7,20)
	التقدم	1	1		
	ضميري المهني	0	1		
	المدير المسؤول	2	4		
	لا أحد (أنا)	6	5		
	قناعاتي	0	2		
	الخبر بحد ذاته	0	1	اناث	ذكور
	الزملاء	1	0	%23,46	%39,06
	لا جواب	9	9	(±%8,52)	(±%11,68)
لا		46	25	71	%48,97 (±%7,83)
				اناث	ذكور
				%56,79 (±%9,96)	%39,06 (±%11,68)
لا جواب		13	8	21	%14,48 (±%5,51)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 92

هل تجد ان لعملك هذا كلفة ما؟ إذا نعم ، هل هي ؟		اناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	4	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	اجمالي	النسبة		
نعم / احيانا	نفسية	19	0	1	0	20	%24,69	9	0	0	0	9	%14,06	29	%20,00
	اجتماعية	12	11	0	0	23	%28,40	14	4	1	0	19	%29,69	42	%28,97
	عائلية	10	3	2	0	15	%18,52	2	4	3	0	9	%14,06	24	%16,55
	مادية	0	5	2	1	8	%9,88	3	7	1	2	13	%20,31	21	%14,48
	غير ذلك	1	0	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	لا جواب	9	0	0	0	9	%11,11	6	0	0	0	6	%9,38	15	%10,34
	الحاصل الاجمالي	52					%64,20 (±%9,64)	35					%54,69 (±%11,92)	87	%60,00 (±%7,68)
لا		18					%22,22 (±%8,36)	17					%26,56 (±%10,58)	35	%24,14 (±%6,71)
لا جواب		12					%14,81 (±%7,15)	13					%20,31 (±%9,63)	25	%17,24 (±%5,92)
المجموع		81						64						145	

جدول رقم 93

هل حصل وقدمت تضحية معينة من أجل عملك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	29	37	%35.80 (±%9.64)	%57.81 (±%11.83)	%45.52 (±%7.80)
لا	30	12	%37.04 (±%9.71)	%18.75 (±%9.35)	%28.97 (±%7.11)
أحيانا	9	5	%11.11 (±%6.32)	%7.81 (±%6.43)	%9.66 (±%4.63)
لا جواب	13	10	%16.05 (±%7.38)	%15.63 (±%8.69)	%15.86 (±%5.72)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 94

هل حصل وقدمت تضحية معينة من أجل عملك؟ إذا نعم ، ما هي بالاولوية:		إناث 1	2	3	4	اجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	اجمالي	النسبة	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم / احيانا	خاطرت بحياتك	11	0	0	0	11	%13,58	23	0	1	0	24	%37,50	35	%24,14
	ضحيت بسمعتك	2	1	0	0	3	%3,70	0	2	0	1	3	%4,69	6	%4,14
	اختلفت مع عائلتك	4	2	1	0	7	%8,64	1	0	3	1	5	%7,81	12	%8,28
	اختلفت مع الشريك	4	4	0	0	8	%9,88	2	1	0	1	4	%6,25	12	%8,28
	خسرت احد اصدقائك	1	2	2	0	5	%6,17	1	3	1	0	5	%7,81	10	%6,90
	اختلفت مع زملائك	3	2	1	1	7	%8,64	3	4	3	0	10	%15,63	17	%11,72
	توترت علاقتك مع احد المسؤولين	1	1	0	1	3	%3,70	3	4	1	0	8	%12,50	11	%7,59
	لا جواب	12	0	0	0	12	%14,81	9	1	0	0	10	%15,63	22	%15,17
	الحاصل الاجمالي	38					%46,91 (±%10,04)	42					%65,63 (±%11,37)	80	%55,17 (±%7,79)
لا		30					%37,04 (±%9,71)	12					%18,75 (±%9,35)	42	%28,97 (±%7,11)
لا جواب		13					%16,05 (±%7,38)	10					%15,63 (±%8,69)	23	%15,86 (±%5,72)
المجموع		81						64						145	

جدول رقم 95

كيف كان تأثير عملك عليك		اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
				اناث	ذكور	
أكسبني ثقة بنفسي	إلى حد كبير	45	43	%55,56	%67,19	%60,69
	إلى حد ما	29	14	%35,80	%21,88	%29,66
	لا	3	3	%3,70	%4,69	%4,14
	لا جواب	4	4	%4,94	%6,25	%5,52
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
قوى من منزلتي داخل العائلة	إلى حد كبير	31	26	%38,27	%40,63	%39,31
	إلى حد ما	33	21	%40,74	%32,81	%37,24
	لا	8	11	%9,88	%17,19	%13,10
	لا جواب	9	6	%11,11	%9,38	%10,34
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
عزز مكانتي الاجتماعية	إلى حد كبير	34	25	%41,98	%39,06	%40,69
	إلى حد ما	31	28	%38,27	%43,75	%40,69
	لا	8	6	%9,88	%9,38	%9,66
	لا جواب	8	5	%9,88	%7,81	%8,97
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
وثق علاقتي بالمسؤولين السياسيين	إلى حد كبير	8	12	%9,88	%18,75	%13,79
	إلى حد ما	24	22	%29,63	%34,38	%31,72
	لا	33	18	%40,74	%28,13	%35,17
	لا جواب	16	12	%19,75	%18,75	%19,31
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
زادني خبرة	إلى حد كبير	57	42	%70,37	%65,63	%68,28
	إلى حد ما	18	17	%22,22	%26,56	%24,14
	لا	1	1	%1,23	%1,56	%1,38
	لا جواب	5	4	%6,17	%6,25	%6,21
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
زادني ثقافة	إلى حد كبير	41	35	%50,62	%54,69	%52,41
	إلى حد ما	32	21	%39,51	%32,81	%36,55
	لا	2	2	%2,47	%3,13	%2,76
	لا جواب	6	6	%7,41	%9,38	%8,28
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
زادني جمالا	إلى حد كبير	7	1	%8,64	%1,56	%5,52
	إلى حد ما	17	4	%20,99	%6,25	%14,48
	لا	42	32	%51,85	%50,00	%51,03
	لا جواب	15	27	%18,52	%42,19	%28,97
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
زادني شهرة	إلى حد كبير	14	14	%17,28	%21,88	%19,31
	إلى حد ما	37	25	%45,68	%39,06	%42,76
	لا	15	11	%18,52	%17,19	%17,93
	لا جواب	15	14	%18,52	%21,88	%20,00
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 96

بشكل عام تفضل العمل في: أولوية رقم	إناث								ذكور									الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	7	اجمالي	النسبة		
البرامج السياسية	28	4	9	0	6	0	47	%58,02 (±%9,93)	26	5	3	0	2	1	0	37	%57,81 (±%11,83)	84	%57,93 (±%7,74)
البرامج الثقافية	23	19	4	0	0	0	46	%56,79 (±%9,96)	11	13	8	4	0	0	0	36	%56,25 (±%11,88)	82	%56,55 (±%7,77)
برامج التسلية والترفيه	8	7	4	10	2	0	31	%38,27 (±%9,78)	8	6	3	5	4	0	0	26	%40,63 (±%11,76)	57	%39,31 (±%7,65)
الألعاب	0	0	0	1	1	0	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	0	0	1	1	1	3	%4,69 (±%5,06)	5	%3,45 (±%2,86)
ربط البرامج	1	2	1	8	9	1	22	%27,16 (±%8,95)	1	3	3	2	5	2	0	16	%25,00 (±%10,37)	38	%26,21 (±%6,89)
البرامج الوثائقية	5	21	16	2	0	0	44	%54,32 (±%10,02)	7	17	14	3	1	0	0	42	%65,63 (±%11,37)	86	%59,31 (±%7,70)
غير ذلك	2	1	1	0	1	0	5	%6,17 (±%4,84)	4	0	0	1	0	1	0	6	%9,38 (±%6,98)	11	%7,59 (±%4,15)
لا جواب	14	0	0	0	0	0	14	%17,28 (±%7,61)	7	0	0	0	0	0	0	7	%10,94 (±%7,47)	21	%14,48 (±%5,51)
المجموع	81	54	35	21	19	1			64	44	31	15	13	5	1			145	

جدول رقم 97

بشكل عام تفضل أن تكون : ثانوية رقم	إناث									ذكور									الإجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	>6	إجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	>6	إجمالي	النسبة		
معد	24	13	9	0	2	0	0	48	%59,26 (±%9,88)	14	11	4	1	0	2	0	32	%50,00 (±%11,97)	80	%55,17 (±%7,79)
مخطط	7	8	5	4	0	3	1	28	%34,57 (±%9,57)	13	6	4	1	0	0	0	24	%37,50 (±%11,59)	52	%35,86 (±%7,52)
منفذ	4	8	7	2	4	1	1	27	%33,33 (±%9,48)	1	10	5	2	1	0	2	21	%32,81 (±%11,24)	48	%33,10 (±%7,37)
مقدم	14	17	2	2	0	1	2	38	%46,91 (±%10,04)	5	3	4	4	1	1	1	19	%29,69 (±%10,94)	57	%39,31 (±%7,65)
موثق	1	1	1	3	1	0	4	11	%13,58 (±%6,89)	0	0	1	2	1	2	0	6	%9,38 (±%6,98)	17	%11,72 (±%5,04)
مخرج	5	3	8	2	2	0	3	23	%28,40 (±%9,07)	10	3	2	2	3	0	1	21	%32,81 (±%11,24)	44	%30,34 (±%7,20)
مساعد مخرج	0	0	3	0	1	1	4	9	%11,11 (±%6,32)	0	0	3	1	1	1	3	9	%14,06 (±%8,32)	18	%12,41 (±%5,17)
مهندس صوت	0	0	1	0	1	0	4	6	%7,41 (±%5,27)	2	0	0	0	0	0	5	7	%10,94 (±%7,47)	13	%8,97 (±%4,48)
مهندس صورة	1	0	0	0	0	1	7	9	%11,11 (±%6,32)	0	1	1	0	0	0	5	7	%10,94 (±%7,47)	16	%11,03 (±%4,91)
مذيع ربط	0	2	0	0	0	1	7	10	%12,35 (±%6,62)	0	2	0	1	0	0	2	5	%7,81 (±%6,43)	15	%10,34 (±%4,77)
مراسل	7	1	3	8	4	0	2	25	%30,86 (±%9,29)	5	3	3	2	1	0	2	16	%25,00 (±%10,37)	41	%28,28 (±%7,06)
لن تعمل في الإضاءة	0	0	0	0	0	0	6	6	%7,41 (±%5,27)	1	0	2	0	0	0	3	6	%9,38 (±%6,98)	12	%8,28 (±%4,32)
في المونتاج	0	0	2	3	0	3	6	14	%17,28 (±%7,61)	1	2	1	0	1	1	4	10	%15,63 (±%8,69)	24	%16,55 (±%5,82)
في الماكياج	0	0	0	0	0	0	8	8	%9,88 (±%6,00)	0	0	0	1	0	0	5	6	%9,38 (±%6,98)	14	%9,66 (±%4,63)
في الديكور	1	1	0	0	0	0	7	9	%11,11 (±%6,32)	1	0	0	2	1	0	5	9	%14,06 (±%8,32)	18	%12,41 (±%5,17)
غير ذلك	3	0	0	0	0	0	0	3	%3,70 (±%3,80)	2	0	0	0	0	0	1	3	%4,69 (±%5,06)	6	%4,14 (±%3,12)
لا جواب	14	0	0	0	0	0	0	14	%17,28 (±%7,61)	9	0	0	0	0	0	0	9	%14,06 (±%8,32)	23	%15,86 (±%5,72)
المجموع	81	54	41	24	15	11	62			64	41	30	19	10	7	39			145	

جدول رقم 98

ما تسعى للوصول إليه من خلال عملك الإعلامي بالأولوية: أولوية رقم	إناث 1	2	3	4	5	6	>6	الإجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	6	>6	إجمالي	النسبة	الإجمالي	النسبة للمجموع
الأجر المادي	10	2	5	5	5	0	7	34	%41,98 (±%9,93)	7	3	6	4	1	4	2	27	%42,19 (±%11,83)	61	%42,07 (±%7,74)
الطموح السياسي	2	4	0	3	1	1	8	19	%23,46 (±%8,52)	3	2	3	1	0	0	7	16	%25,00 (±%10,37)	35	%24,14 (±%6,71)
العلاقات الاجتماعية	8	5	3	6	6	5	6	39	%48,15 (±%10,05)	9	5	3	4	4	1	5	31	%48,44 (±%11,97)	70	%48,28 (±%7,83)
الشهرة	0	3	2	2	2	4	11	24	%29,63 (±%9,18)	0	4	4	0	1	3	4	16	%25,00 (±%10,37)	40	%27,59 (±%7,00)
التقرب من المسؤولين	0	2	0	1	0	1	8	12	%14,81 (±%7,15)	0	1	0	1	2	0	7	11	%17,19 (±%9,03)	23	%15,86 (±%5,72)
معرفة ما يجري	4	10	9	1	5	2	2	33	%40,74 (±%9,88)	6	12	4	7	3	1	2	35	%54,69 (±%11,92)	68	%46,90 (±%7,82)
تحقيق الذات	34	12	3	3	0	0	0	52	%64,20 (±%9,64)	16	4	7	2	1	0	1	31	%48,44 (±%11,97)	83	%57,24 (±%7,75)
إفادة الجمهور	2	9	7	6	4	2	1	31	%38,27 (±%9,78)	7	8	7	5	4	2	0	33	%51,56 (±%11,97)	64	%44,14 (±%7,78)
تسلية الجمهور	0	1	5	2	2	2	7	19	%23,46 (±%8,52)	0	1	2	0	0	2	8	13	%20,31 (±%9,63)	32	%22,07 (±%6,50)
تمضية الوقت	0	0	0	1	0	2	8	11	%13,58 (±%6,89)	0	0	0	2	1	0	7	10	%15,63 (±%6,69)	21	%14,48 (±%5,51)
التحرر	2	2	1	1	3	2	8	19	%23,46 (±%8,52)	0	2	1	2	2	1	5	13	%20,31 (±%9,63)	32	%22,07 (±%6,50)
التطور المهني	3	12	19	7	2	1	2	46	%56,79 (±%9,96)	7	9	6	8	4	1	4	39	%60,94 (±%11,68)	85	%58,62 (±%7,72)
غير ذلك	1	0	0	0	0	0	0	1	%1,23 (±%2,22)	0	0	0	0	1	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	2	%1,38 (±%1,83)
لا جواب	15	0	0	0	0	0	0	15	%18,52 (±%7,81)	9	0	0	0	0	0	0	9	%14,06 (±%8,32)	24	%16,55 (±%5,82)
المجموع	81	62	54	38	30	22	68			64	51	43	36	24	15	52			145	

جدول رقم 99

هل تسعى لتغيير نوعية عملك في المؤسسة؟ إذا نعم، ما هي الوسيلة الفضلى للوصول إلى هذا التغيير؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	انتظار الوقت أو الظروف المناسبة	1	0	50	%34,48 (±%7,45)
	الأمانة والمثابرة	0	1		
	لا أجد وسيلة	0	1		
	الحظ والصدفة	1	0		
	أن يأت مدير يقدر شهادتي ويستمع إلي ويصدق في وعده	2	0		
	أن تكون رئاسة مجلس الإدارة للشخص المناسب الحريص على مستقبل الشركة	0	1		
	عائدة إلى وضع التلفزيون	1	0		
	الاختبار	2	0		
	الكفاءة والمؤهلات و التحضير الجيد و المثابرة	14	5		
	السعي والصبر	4	0		
	مناقشة المسؤولين	1	0	اناث	ذكور
	أن يتيح المدير فرصة لذلك	1	0	%44,44	%21,88
	لا جواب	9	6	(±%9,99)	(±%9,90)
لا		39	45	84	%57,93 (±%7,74)
				اناث	ذكور
				%48,15	%70,31
				(±%10,05)	(±%10,94)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4,15)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 100

هل تملك بطاقة صحفية	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	54	41	%66,67 (±%9,48)	%64,06 (±%11,49)	%65.52 (±%7,45)
لا	18	15	%22,22 (±%8,36)	%23,44 (±%10,14)	%22,76 (±%6,57)
لا جواب	9	8	%11,11 (±%6,32)	%12,50 (±%7,92)	%11,72 (±%5,04)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 101

هل المؤسسة التي تعمل بها تسمح لك بالعمل النقابي فى داخلها	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	29	31	%35,80 (±%9,64)	%48,44 (±%11,97)	%41,38 (±%7,72)
لا	11	11	%13,58 (±%6,89)	%17,19 (±%9,03)	%15,17 (±%5,62)
لا جواب	41	22	%50,62 (±%10,06)	%34,38 (±%11,37)	%43,45 (±%7,77)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 102

هل أن النقابة قادرة على الدفاع عن حقوق الصحافيين المهنية	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
إلى حد كبير	9	17	%11,11 (±%6,32)	%26,56 (±%10,58)	%17,93 (±%6,01)
إلى حد ما	35	31	%43,21 (±%9,96)	%48,44 (±%11,97)	%45.52 (±%7,80)
غير قادرة	10	3	%12,35 (±%6,62)	%4,69 (±%5,06)	%8,97 (±%4,48)
لا جواب	27	13	%33,33 (±%9,48)	%20,31 (±%9,63)	%27,59 (±%7,00)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 103

هل تنتسب لنقابة ما؟ إذا نعم، ما هي:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	بطاقة عمل	1	0	47	%32,41
	نقابة التلفزيون	13	22		(±%7,33)
	نقابة المحررين	4	1		
	المهندسين	0	2	اناث	ذكور
	المصورين	0	1	%22,22	%45,31
	لا جواب	0	3	(±%8,36)	(±%11,92)
لا		45	26	71	%48,97 (±%7,83)
				اناث	ذكور
				%55,56 (±%9,99)	%40,63 (±%11,76)
لا جواب		18	9	27	%18,62 (±%6,10)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 104

هل تنتسب لنقابة ما؟ إذا نعم، ماذا تتوقع منها:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	الحماية	5	6		
	لا شيء	1	4		
	لن تتحسن	1	2		
	تثبيت المتقاعدين	1	0	47	%32,41
	الاستمرارية	1	1		(±%7,33)
	كل ما هو لمصلحة الموظف أولا والإدارة ثانيا	1	2		
	التجرد في عملها وعدم الدخول في السياسة	0	2		
	مزيد من المطالب	0	3	اناث	ذكور
	لن تصبح مثل نقابتي المحررين والصحافة	0	1	%22,22	%45,31
	لا جواب	8	8	(±%8,36)	(±%11,92)
لا		45	26	71	%48,97 (±%7,83)
				اناث	ذكور
				%55,56 (±%9,99)	%40,63 (±%11,76)
لا جواب		18	9	27	%18,62 (±%6,10)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 105

هل تجد أن هناك ضرورة للانتساب للنقابة ؟ لماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	للحصول على حقوق مشروعة ومنطقية أكثر	1	3		
	لتدعم حقوقنا الإعلامية	1	0		
	من أجل المستقبل	1	0		
	تسهل عملي	0	1		
	لأنها تحمي المنتسب إليها وتدعمه	5	1		
	لأن القرار جماعي وليس فردي	1	0		
	لتشجيع العمل النقابي الحر	0	1		
	للمحافظة على المكتسبات	0	2		
	في الاتحاد قوة	1	2		
	لأنها تعزز موقعك وتحافظ على حقوقك	1	1		%56,55
	لأنه من الخطأ أن تقتصر نقابة المحررين على بعض الوساطات	1	0	82	(±%7,77)
	لحفظ الحقوق	11	11		
	ضمانة	1	1		
	عمل نقابي فقط	0	1		
	موقع مهم ومثير	1	0		
	للمراجعة بمطالب عمالية	0	1		
	النقابة هي المتكلم الرسمي للموظفين	0	2		
	لضرورات الحياة	0	1		
	لتطوير العمل المهني	1	2		
	عمل منظم في إطار تطور المهنة	0	1		
	لأنها الحصانة والموقع الطبيعي لي	1	0		
	لأن من الضروري أن يكون هناك مرجع	1	0	اناث	ذكور
	لمنع المتطفلين على المهنة من العمل	0	1	%30,86	%37,50
	لا جواب	9	13	(±%9,29)	(±%11,59)
لا	التجربة غير مقنعة للنقابات الصحافية لذلك لست متحمسة لها	1	0	22	%15,17
	لا أثق بأحد، وعودهم كاذبة ويسعون لسلطة لا أكثر	1	0		(±%5,62)
	لأنه لا يفيد إلا لمركز اجتماعي	1	0	اناث	ذكور
	لا تنفع	1	1	%33,33	%10,94
	لا جواب	11	6	(±%9,48)	(±%7,47)
لا جواب		29	12	41	%28,28 (±%7,06)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 106

هل معرفتك بالقوانين المنظمة للعمل الصحافي في لبنان هي	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
جيدة	12	12	%14,81 (±%7,15)	%18,75 (±%9,35)	%16,55 (±%5,82)
وسط	36	26	%44,44 (±%9,99)	%40,63 (±%11,76)	%42,76 (±%7,75)
	12	11	%14,81 (±%7,15)	%17,19 (±%9,03)	%15,86 (±%5,72)
لا جواب	21	15	%25,93 (±%8,81)	%23,44 (±%10,14)	%24,83 (±%6,77)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 107

هل أنت منتسب إلى جمعيات؟ إذا نعم، ما هي:		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	جمعية خريجي الحريري	1	1	21	%14,48 (±%5,51)
	جمعية خيرية	1	4		
	الجمعية اللبنانية لرعاية المعوقين	1	1		
	LEO	1	0		
	ديمقراطية الانتخابات	0	1		
	جمعيات اجتماعية	0	1		
	جمعيات إسلامية	0	1		
	الصحافة الفرانكوفونية	0	1		
	المجدعنيون	0	1	اناث	ذكور
	جمعية ثقافية	0	1	%6,17	%25,00
	لا جواب	1	4	(±%4,84)	(±%10,37)
لا		65	39	104	%71,72 (±%7,06)
				اناث	ذكور
				%80,25 (±%8,01)	%60,94 (±%11,68)
لا جواب		11	9	20	%13,79 (±%5,40)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 111

تتلقى الاخبار والموضوعات عندما يتسنى لك ذلك بناء على: أولوية رقم	إناث									ذكور									الإجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة		
أهمية الحدث بحد ذاته	50	2	0	1	1	0	0	54	%66,67 (±%9,48)	39	3	0	0	0	0	0	42	%65,63 (±%11,37)	96	%66,21 (±%7,41)
اقتضاءات إيديولوجية	1	3	4	3	4	1	3	19	%23,46 (±%8,52)	3	5	6	2	0	0	3	19	%29,69 (±%10,94)	38	%26,21 (±%6,89)
مصلحة المؤسسة المادية	0	2	2	1	2	2	5	14	%17,28 (±%7,61)	2	6	1	2	2	1	1	15	%23,44 (±%10,14)	29	%20,00 (±%6,27)
لأن الموضوع مثير لاهتمام الجمهور	5	29	5	3	1	1	0	44	%54,32 (±%10,02)	2	15	3	2	0	1	0	23	%35,94 (±%11,49)	67	%46,21 (±%7,81)
بناء على رأيك الخاص	0	5	11	4	2	1	2	25	%30,86 (±%9,29)	0	5	4	2	4	0	2	17	%26,56 (±%10,58)	42	%28,97 (±%7,11)
لصالح أصحاب المؤسسة	0	1	1	1	0	2	5	10	%12,35 (±%6,62)	0	0	2	0	1	3	1	7	%10,94 (±%7,47)	17	%11,72 (±%5,04)
لصالح أحد السياسيين	0	1	0	1	2	0	4	8	%9,88 (±%6,00)	0	0	2	0	1	1	5	9	%14,06 (±%8,32)	17	%11,72 (±%5,04)
تنفيذا لتوجيهات رؤسائك	0	1	4	6	1	1	4	17	%20,99 (±%8,19)	4	0	4	6	1	2	2	19	%29,69 (±%10,94)	36	%24,83 (±%6,77)
بناء لاعتبارات تقنية	0	0	1	2	1	0	5	9	%11,11 (±%6,32)	0	0	1	2	0	0	6	9	%14,06 (±%8,32)	18	%12,41 (±%5,17)
بناء لخطوط حمر لا يمكن تجاوزها	0	2	2	1	2	4	2	13	%16,05 (±%7,38)	0	1	0	2	2	1	5	11	%17,19 (±%9,03)	24	%16,55 (±%5,82)
بناء لما يحب المعلن	0	1	0	1	0	0	6	8	%9,88 (±%6,00)	0	0	1	0	1	1	5	8	%12,50 (±%7,92)	16	%11,03 (±%4,91)
غير ذلك	0	0	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	1	0	0	0	0	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	1	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	25	0	0	0	0	0	0	25	%30,86 (±%9,29)	13	0	0	0	0	0	0	13	%20,31 (±%9,63)	38	%26,21 (±%6,89)
المجموع	81	47	30	24	16	12	36			64	35	24	18	12	10	30			145	

جدول رقم 112

في العلاقة مع مصدر المعلومات، ماذا تفضل بالأولوية: أولوية رقم	إناث									ذكور									الإجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	7	إجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	7	إجمالي	النسبة		
المؤتمرات الصحفية	7	2	6	6	7	2	1	31	%38,27 (±%9,78)	6	4	2	4	4	5	0	25	%39,06 (±%11,68)	56	%38,62 (±%7,63)
القنوات الرسمية	8	3	7	3	3	7	3	34	%41,98 (±%9,93)	4	3	2	4	6	2	1	22	%34,38 (±%11,37)	56	%38,62 (±%7,63)
رصد البرامج الأخرى	5	4	3	5	1	2	7	27	%33,33 (±%9,48)	7	4	4	3	0	2	7	27	%42,19 (±%11,83)	54	%37,24 (±%7,58)
وكالات	6	7	10	8	4	4	1	40	%49,38 (±%10,06)	8	10	5	5	5	1	1	35	%54,69 (±%11,92)	75	%51,72 (±%7,83)
أرشيف ومراكز معلومات	8	7	7	10	5	2	3	42	%51,85 (±%10,05)	8	6	10	4	1	4	1	34	%53,13 (±%11,95)	76	%52,41 (±%7,83)
اتصالات مباشرة مع المسؤولين	9	14	11	4	5	2	0	45	%55,56 (±%9,99)	2	16	9	3	0	0	1	31	%48,44 (±%11,97)	76	%52,41 (±%7,83)
متابعة ميدانية	20	17	5	2	1	1	0	46	%56,79 (±%9,96)	17	5	6	3	5	1	0	37	%57,81 (±%11,83)	83	%57,24 (±%7,75)
لا جواب	18	0	0	0	0	0	0	18	%22,22 (±%8,36)	12	0	0	0	0	0	0	12	%18,75 (±%9,35)	30	%20,69 (±%6,35)
المجموع	81	54	49	38	26	20	15			64	48	38	26	21	15	11			145	

جدول رقم 113

هل تقبل للقيام بهذه الممارسات الصحفية		اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
				اناث	ذكور	
الرشوة للحصول على المعلومات	أقبل	6	6	%7,41	%9,38	%8,28
	لا أقبل	48	35	%59,26	%54,69	%57,24
	أحيانا أقبل	3	4	%3,70	%6,25	%4,83
	لا جواب	24	19	%29,63	%29,69	%29,66
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
التخفي للحصول على المعلومات	أقبل	17	16	%20,99	%25,00	%22,76
	لا أقبل	22	15	%27,16	%23,44	%25,52
	أحيانا أقبل	17	13	%20,99	%20,31	%20,69
	لا جواب	25	20	%30,86	%31,25	%31,03
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
استعمال وثائق خاصة دون إذن صاحبها	أقبل	3	4	%3,70	%6,25	%4,83
	لا أقبل	43	36	%53,09	%56,25	%54,48
	أحيانا أقبل	11	4	%13,58	%6,25	%10,34
	لا جواب	24	20	%29,63	%31,25	%30,34
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
التظاهر بالانتماء إلى مجموعة ما لمعرفة أخبارها	أقبل	6	7	%7,41	%10,94	%8,97
	لا أقبل	38	29	%46,91	%45,31	%46,21
	احيانا أقبل	12	8	%14,81	%12,50	%13,79
	لا جواب	25	20	%30,86	%31,25	%31,03
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
التحرش بالمصادر الممتنعة	أقبل	11	18	%13,58	%28,13	%20,00
	لا أقبل	34	16	%41,98	%25,00	%34,48
	احيانا أقبل	10	9	%12,35	%14,06	%13,10
	لا جواب	26	21	%32,10	%32,81	%32,41
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
القبول بالتحرش من أجل معرفة الأخبار	أقبل	6	16	%7,41	%25,00	%15,17
	لا أقبل	39	16	%48,15	%25,00	%37,93
	أحيانا أقبل	6	10	%7,41	%15,63	%11,03
	لا جواب	30	22	%37,04	%34,38	%35,86
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 114

هل توافق على سياسة المؤسسة التي تعمل بها	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
كليا	16	19	%19,75 (±%8,01)	%29,69 (±%10,94)	%24,14 (±%6,71)
إلى حد ما	43	35	%53,09 (±%10,04)	%54,69 (±%11,92)	%53,79 (±%7,81)
لا أوافق	12	6	%14,81 (±%7,15)	%9,38 (±%6,98)	%12,41 (±%5,17)
لا جواب	10	4	%12,35 (±%6,62)	%6,25 (±%5.80)	%9,66 (±%4.63)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 115

ما هي أبرز الاسباب التي تجعلك توافق على سياسة المؤسسة	اناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
بالأولوية:	1	2	3	4	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	اجمالي	النسبة		
تفصل بين المهنة وميولي الخاصة	10	1	1	0	12	%14,81 (±%7,15)	6	2	0	0	8	%12,50 (±%7,92)	20	%13,79 (±%5.40)
حبا بالخط السياسي للمؤسسة	9	1	2	1	13	%16,05 (±%7,38)	5	0	1	0	6	%9,38 (±%6,98)	19	%13,10 (±%5.29)
حرصا على عملي	4	3	2	0	9	%11,11 (±%6,32)	7	2	0	0	9	%14,06 (±%8.32)	18	%12,41 (±%5,17)
من أجل الكسب المادي	1	4	2	1	8	%9,88 (±%6,00)	1	0	1	0	2	%3,13 (±%4,17)	10	%6,90 (±%3.97)
حرصا على الترقية في عملي	0	1	1	0	2	%2,47 (±%3,12)	1	2	0	0	3	%4,69 (±%5,06)	5	%3,45 (±%2,86)
بفعل الانتماء الطائفي	0	2	1	2	5	%6,17 (±%4,84)	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	5	%3,45 (±%2,86)
بدافع الانتماء الحزبي	1	1	0	1	3	%3,70 (±%3,80)	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	3	%2,07 (±%2.23)
خوفا من العزلة داخل المؤسسة	1	0	0	1	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	0	1	1	%1,56 (±%2,97)	3	%2,07 (±%2,23)
غير ذلك	3	0	0	1	4	%4,94 (±%4,36)	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	4	%2,76 (±%2,57)
لا جواب	52	0	0	0	52	%64,20 (±%9,64)	44	0	0	0	44	%68,75 (±%11,10)	96	%66,21 (±%7,41)
المجموع	81	13	9	7			64	6	2	1			145	

... رقم ١١٦

هل تمارس نقدا للمؤسسة التي تعمل بها	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الاجمالية
دائما	9	16	%11.11 (±%6.32)	%25.00 (±%10.37)	%17.24 (±%5.92)
أحيانا	55	38	%67.90 (±%9.39)	%59.38 (±%11.76)	%64.14 (±%7.52)
لا أنتقد	6	4	%7.41 (±%5.27)	%6.25 (±%5.80)	%6.90 (±%3.97)
لا جواب	11	6	%13.58 (±%6.89)	%9.38 (±%6.98)	%11.72 (±%5.04)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 117

هل أنت راض عن الأداء الإعلامي المتلفز في لبنان ؟ لماذا؟		إناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
إلى حد ما	الاعلام في لبنان موجه سياسيا واجتماعيا	1	1	85	%58,62 (±%7,72)
	لأننا ما زلنا نقع في الروتين والمحسوبيات والجهل الإعلامي	1	0		
	لا يلتزمون بالقوانين العامة والخاصة بالاعلام	1	0		
	لأن الإعلام في لبنان غير مستوف لشروط التفوق	0	1		
	لأن بعض المؤسسات تعمل لدس السم في العسل من خلال برامجها وأخبارها	1	0		
	يغلب على البرامج الطابع التجاري والتسلية	0	1		
	هناك إيجابيات من تنوع وسائل الاعلام المرئي وسلبيات يجب العمل على معالجتها	1	1		
	لأن أغلبه ينحو منحى تجاريا أو يتحرك ضمن دائرة التكرار وتعبئة الفراغ دون امتلاك خطة تعليمية أو تثقيفية واضحة	0	2		
	لأنه إعلام يسعى بالكامل لإثارة الجمهور ولا يخصص جهدا كافيا لبناء الجمهور	0	1		
	رغم النواقص، يلعب هذا الإعلام دورا في اطلاع الرأي العام على ما يجري	0	1		
	هناك ثغرات ولكن الأداء يتحسن	1	0		
	لأن هدف العاملين في عدد كبير منها إعلاني بحت	1	1		
	لأنه يلزمه بعض التطور	2	1		
	مربوط	0	2		
	رأس المال والتنظيم	0	1		
	يجب التركيز على البرامج المحلية	0	1		
	لأنها متحازة	1	0		
	هناك توجيه خاطئ وناقص	1	0		
	ناقص وبعض الأحيان رخيص	0	1		
	قلة الخبرة	0	2		
	لأنه مضطرب	0	1		
	حسب الإمكانيات	0	1		
	قد يكون أفضل	1	0		
	يحتاج إلى موضوعية	1	0		
	لمحاولة جعل المحطات منابر طائفية	0	1		
	لأن المحطات تقلد بعضها	1	0		
	لا يوجد هناك ديمقراطية	1	0		

جدول رقم 117 (تابع)

	بسبب التكرار	0	1	إناث	ذكور
	المنافسة غير شريفة	0	1	%56,79	%60,94
	لا جواب	31	17	(±%9,96)	(±%11,68)
	الإعلام في لبنان موجه سياسيا واجتماعيا	0	1		
	لأننا ما زلنا نقع في الروتين والمحسوبيات والجهل الإعلامي	1	0		
	لانه يسعى لتسخير المرأة خاصة بشكل مبتذل وتحوير الاخبار وايصال معلومات على ذوقهم	0	1		
	لأنه لا يوجد موضوعية في العمل التلفزيوني بل هو تبعا لرغبات المسؤولين	1	0		
	لأنه لم يتطور بعد مقارنة مع الدول الأخرى كاستعمال الكمبيوتر والإنترنت	1	0		
	يغلب على البرامج الطابع التجاري والتسلية	0	2		
	بسبب عرض مشاهد غير أخلاقية وعدم التركيز لأن المصالح الشخصية تسيطر أحيانا على الأداء الإعلامي	1	1		
	لأن أغلبه ينحو منحى تجاريا أو يتحرك ضمن دائرة التكرار وتعبئة الفراغ دون امتلاك خطة تعليمية أو تثقيفية واضحة	1	0		
	لأنه إعلام يسعى بتكامل لإثارة الجمهور ولا يخصص جهدا كافيا لبناء الجمهور	0	1	46	%31,72
	عدم وجود برامج ثقافية لغة وعدم اعتماد العفوية في شخصية ممثلي البرامج	1	0		(±%7,29)
غير راض	لأنه فوضى وكباريهات على الهواء	0	1		
	غير ناضج	1	1		
	عدم التنظيم وكثرة المحطات	0	1		
	هناك توجيه خاطئ وناقص	1	0		
	ليس على المستوى المطلوب	0	1		
	لأن كل يغني على ليلاه	1	0		
	كل يشد الحبل إلى طرفه	1	0		
	لأنه مضطرب	1	0		
	بسبب قلة الخبرة	1	0		
	يحتاج إلى موضوعية	1	0		
	لأن المحطات تقلد بعضها	1	0	إناث	ذكور
	المنافسة غير شريفة	2	0	%74,07	%32,61
	لا جواب	9	11	(±%6,81)	(±%11,24)
راض كليا	لا جواب	1	0	1	%0,69 (±%1.30)
لا جواب		9	4	13	%8,97 (±%4.48)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 118

ضع هذه المفردات في سلبيات أو إيجابيات الإعلام المتلفز		إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	ذكور	النسبة الإجمالية
إشاعة العنف	سلبي	65	57	%80,25	%89,06	%84,14
	إيجابي	2	1	%2,47	%1,56	%2,07
	لا جواب	14	6	%17,28	%9,38	%13,79
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
صنعة الصورة	سلبي	24	16	%29,63	%25,00	%27,59
	إيجابي	30	35	%37,04	%54,69	%44,83
	لا جواب	27	13	%33,33	%20,31	%27,59
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
البث الفوري	سلبي	4	1	%4,94	%1,56	%3,45
	إيجابي	61	57	%75,31	%89,06	%81,38
	لا جواب	16	6	%19,75	%9,38	%15,17
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
الاتصال المباشر	سلبي	4	1	%4,94	%1,56	%3,45
	إيجابي	63	54	%77,78	%84,38	%80,69
	لا جواب	14	9	%17,28	%14,06	%15,86
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
الاختصار	سلبي	8	13	%9,88	%20,31	%14,48
	إيجابي	56	45	%69,14	%70,31	%69,66
	لا جواب	17	6	%20,99	%9,38	%15,86
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
الإشهار السريع	سلبي	44	33	%54,32	%51,56	%53,10
	إيجابي	15	13	%18,52	%20,31	%19,31
	لا جواب	22	18	%27,16	%28,13	%27,59
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
إمكانية الوصول إلى كل بيت	سلبي	1	1	%1,23	%1,56	%1,38
	إيجابي	64	56	%79,01	%87,50	%82,76
	لا جواب	16	7	%19,75	%10,94	%15,86
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
الصورة على حساب الفكرة	سلبي	37	39	%45,68	%60,94	%52,41
	إيجابي	25	17	%30,86	%26,56	%28,97
	لا جواب	19	8	%23,46	%12,50	%18,62
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
عدم إمكانية التعمق في الموضوع	سلبي	63	54	%77,78	%84,38	%80,69
	إيجابي	3	3	%3,70	%4,69	%4,14
	لا جواب	15	7	%18,52	%10,94	%15,17
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

ضع هذه المفردات في سلبيات أو إيجابيات الإعلام المتلفز		إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: إناث	ذكور	النسبة الإجمالية
الارتجال	سلبي	32	42	%39,51	%65,63	%51,03
	إيجابي	27	15	%33,33	%23,44	%28,97
	لا جواب	22	7	%27,16	%10,94	%20,00
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
خفة البرامج	سلبي	46	37	%56,79	%57,81	%57,24
	إيجابي	17	18	%20,99	%28,13	%24,14
	لا جواب	18	9	%22,22	%14,06	%18,62
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
السرعة في العمل	سلبي	21	16	%25,93	%25,00	%25,52
	إيجابي	43	43	%53,09	%67,19	%59,31
	لا جواب	17	5	%20,99	%7,81	%15,17
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
استهلاك الموضوعات	سلبي	56	54	%69,14	%84,38	%75,86
	إيجابي	8	4	%9,88	%6,25	%8,28
	لا جواب	17	6	%20,99	%9,38	%15,86
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
تكرار البرامج	سلبي	64	57	%79,01	%89,06	%83,45
	إيجابي	1	2	%1,23	%3,13	%2,07
	لا جواب	16	5	%19,75	%7,81	%14,48
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
المنافسة المعدومة	سلبي	11	11	%13,58	%17,19	%15,17
	إيجابي	53	45	%65,43	%70,31	%67,59
	لا جواب	17	8	%20,99	%12,50	%17,24
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
استضافة المسؤولين المتكررة	سلبي	61	49	%75,31	%76,56	%75,86
	إيجابي	6	9	%7,41	%14,06	%10,34
	لا جواب	14	6	%17,28	%9,38	%13,79
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00
تسليط الأضواء على الحدث	سلبي	1	0	%1,23	%0,00	%0,69
	إيجابي	63	59	%77,78	%92,19	%84,14
	لا جواب	17	5	%20,99	%7,81	%15,17
	المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 119

الام تعطي الأولوية في هذه الممارسات الصحفية: أولوية رقم	إناث 1	2	3	4	5	6	>6	إجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	6	>6	إجمالي	النسبة	الإجمالي	النسبة للمجموع
التعبير عن مطلب الناس	15	16	12	1	0	2	0	46	%56,79 (±%9,98)	22	11	7	0	0	0	0	40	%62,50 (±%11,59)	86	%59,31 (±%7,70)
نقل الأحداث بموضوعية	37	8	4	2	2	0	2	55	%67,90 (±%9,39)	18	17	5	1	0	1	3	45	%70,31 (±%10.94)	100	%68,97 (±%7,25)
مساعدة وتقديم الإرشاد للجمهور	3	14	14	8	0	2	1	42	%51,85 (±%10,05)	6	8	12	5	2	1	1	35	%54,69 (±%11,92)	77	%53,10 (±%7,82)
ممارسة تأثير سياسي لمصلحة طرف معين	0	2	1	2	5	4	4	18	%22,22 (±%8,36)	1	0	3	2	4	0	2	12	%18,75 (±%9,35)	30	%20,69 (±%6,35)
تسلية الناس والترفيه عنهم	1	2	3	4	10	2	3	25	%30,86 (±%9,29)	2	1	3	5	1	5	0	17	%26,56 (±%10,58)	42	%28,97 (±%7,11)
إعطاء الفرصة لكافة الأطراف للتعبير عن ذواتهم	3	8	5	11	4	2	0	33	%40,74 (±%9,88)	2	5	3	6	4	2	3	25	%39,06 (±%11,68)	58	%40,00 (±%7,08)
تنفيذ عن رغبات المعلن	1	1	2	1	1	2	5	13	%16,05 (±%7,38)	0	0	1	1	3	0	6	11	%17,19 (±%9,03)	24	%16,55 (±%5,82)
غير ذلك	0	0	0	0	0	0	1	1	%1,23 (±%2,22)	0	0	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	1	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	21	0	0	0	0	0	0	21	%25,93 (±%8.81)	13	0	0	0	0	0	0	13	%20,31 (±%9,63)	34	%23,45 (±%6,64)
المجموع	81	51	41	29	22	14	16			64	42	34	20	14	9	15			145	

جدول رقم 120

هدفك تجاه جمهورك هو بالأولوية / أولوية رقم	اناث 1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	الاجمالي	النسبة للمجموع
تثقيفه	20	12	6	2	0	0	40	%49,38 (±%10,06)	19	12	0	0	0	0	31	%48,44 (±%11,97)	71	%48,97 (±%7.83)
تسليته	9	9	12	2	0	0	32	%39,51 (±%9,83)	11	5	6	1	0	0	23	%35,94 (±%11,49)	55	%37,93 (±%7.60)
إمداده بالمعلومات الجديدة	26	17	4	1	0	0	48	%59,26 (±%9,88)	20	13	7	0	0	0	40	%62,50 (±%11,59)	88	%60,69 (±%7,65)
إثارته	2	4	3	4	0	0	13	%16,05 (±%7,38)	0	0	5	2	0	0	7	%10,94 (±%7,47)	20	%13,79 (±%5,40)
تركيض ورائه	0	1	0	0	4	1	6	%7,41 (±%5,27)	0	0	0	0	1	1	2	%3,13 (±%4,17)	8	%5,52 (±%3,58)
تقديمه للمعلن	2	1	0	0	3	4	10	%12,35 (±%6,62)	0	1	0	1	1	1	4	%6,25 (±%5.80)	14	%9,66 (±%4,63)
غير ذلك	2	0	1	0	0	0	3	%3,70 (±%3.80)	1	0	0	0	0	0	1	%1,56 (±%2.97)	4	%2,76 (±%2,57)
لا جواب	20	0	0	0	0	0	20	%24,69 (±%8,67)	13	0	0	0	0	0	13	%20,31 (±%9,63)	33	%22,76 (±%6,57)
المجموع	81	44	26	9	7	5			64	31	18	4	2	2			145	

جدول رقم 121

كيف تحدد شعورك إزاء جمهورك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس: اناث	النسبة ضمن الجنس: ذكور	النسبة الاجمالية
احترام	32	33	%39.51 (±%9.83)	%51.56 (±%11.97)	%44.83 (±%7.79)
تهذيب	1	2	%1.23 (±%2.22)	%3.13 (±%4.17)	%2.07 (±%2.23)
مودة	13	6	%16.05 (±%7.38)	%9.38 (±%6.98)	%13.10 (±%5.29)
احترام وتهذيب	2	0	%2.47 (±%3.12)	%0.00 (±%0.00)	%1.38 (±%1.83)
احترام ومودة	7	3	%8.64 (±%5.65)	%4.69 (±%5.06)	%6.90 (±%3.97)
تهذيب ومودة	1	0	%1.23 (±%2.22)	%0.00 (±%0.00)	%0.69 (±%1.30)
احترام وتهذيب ومودة	3	3	%3.70 (±%3.80)	%4.69 (±%5.06)	%4.14 (±%3.12)
استخفاف	1	1	%1.23 (±%2.22)	%1.56 (±%2.97)	%1.38 (±%1.83)
غير ذلك	1	2	%1.23 (±%2.22)	%3.13 (±%4.17)	%2.07 (±%2.23)
لا جواب	20	14	%24.69 (±%8.67)	%21.88 (±%9.90)	%23.45 (±%6.64)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 122

إلى من تفضل التوجه في عملك بالأولوية: أولوية رقم	إناث								ذكور								الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة		
الجمهور العام	45	1	4	1	0	0	51	%62,96 (±%9,71)	37	1	1	0	0	1	40	%62,50 (±%11,59)	91	%62,76 (±%7,58)
المثقف	2	17	4	2	1	0	26	%32,10 (±%9,39)	5	8	1	1	2	1	18	%28,13 (±%10,77)	44	%30,34 (±%7,20)
متوسط الثقافة	3	5	8	2	1	1	20	%24,69 (±%8,67)	3	4	8	2	0	1	18	%28,13 (±%10,77)	38	%26,21 (±%6,89)
الشباب	5	11	4	7	0	1	28	%34,57 (±%9.57)	3	10	4	3	1	0	21	%32,81 (±%11,24)	49	%33,79 (±%7,41)
النساء	0	1	5	2	10	1	19	%23,46 (±%8,52)	0	0	2	2	1	2	7	%10,94 (±%7,47)	26	%17,93 (±%6,01)
الرجل	1	0	2	3	1	7	14	%17,28 (±%7,61)	0	2	0	2	2	2	8	%12,50 (±%7,92)	22	%15,17 (±%5,62)
الأطفال	4	3	1	2	3	2	15	%18,52 (±%7,81)	1	0	3	1	2	1	8	%12,50 (±%7,92)	23	%15,86 (±%5,72)
لا جواب	21	0	0	0	0	0	21	%25,93 (±%9,81)	15	0	0	0	0	0	15	%23,44 (±%10,14)	36	%24,83 (±%6,77)
المجموع	81	38	28	19	16	12			64	25	19	11	8	8			145	

جدول رقم 123

كيف تجد الجمهور الذي تتوجه إليه	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
شريك ايجابي	41	36	%50,62 (±%10,06)	%56,25 (±%11,88)	%53,10 (±%7,82)
سلبي	2	1	%2,47 (±%3,12)	%1,56 (±%2,97)	%2,07 (±%2,23)
مجرد هدف للاتصال	13	10	%16,05 (±%7,38)	%15,63 (±%8,69)	%15,86 (±%5,72)
لا جواب	25	17	%30,86 (±%9,29)	%26,56 (±%10,58)	%28,97 (±%7,11)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 124

جنس المسؤول عن القسم الذي تعمل فيه	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
ذكر	61	52	%75,31 (±%8,67)	%81,25 (±%9,35)	%77,93 (±%6,50)
أنثى	16	6	%19,75 (±%8,01)	%9,38 (±%6,98)	%15,17 (±%5,62)
مسؤولان: أنثى وذكر	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	4	5	%4,94 (±%4,36)	%7,81 (±%6,43)	%6,21 (±%3,78)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 125

مؤهلات رئيس القسم العلمية	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس اناث	النسبة ضمن الجنس ذكور	النسبة الاجمالية
جامعية	24	11	%29,63 (±%9,18)	%17.19 (±%9,03)	%24.14 (±%6.71)
ماجستير في إدارة الأعمال	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0.69 (±%1,30)
ثانوي	1	3	%1,23 (±%2.22)	%4,69 (±%5,06)	%2.76 (±%2.57)
دكتوراه	0	2	%0,00 (±%0,00)	%3,13 (±%4,17)	%1.38 (±%1,83)
علوم سياسية	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1.56 (±%2,97)	%0.69 (±%1,30)
أعلام / آداب / علوم سياسية	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0.00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
وسط	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0.69 (±%1,30)
إجازة في الصحافة	11	11	%13.58 (±%6,89)	%17,19 (±%9,03)	%15,17 (±%5.62)
هندسة	1	2	%1,23 (±%2.22)	%3,13 (±%4,17)	%2,07 (±%2,23)
إخراج	0	2	%0,00 (±%0,00)	%3,13 (±%4,17)	%1,38 (±%1,83)
دبلوم	5	1	%6,17 (±%4.84)	%1,56 (±%2,97)	%4,14 (±%3,12)
متوسط	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1.56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
ليسانس / خبير محلف	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
إجازة / دبلوم	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1.30)
عادية	0	2	%0,00 (±%0,00)	%3,13 (±%4,17)	%1,38 (±%1,83)
لا أعرف	6	5	%7,41 (±%5,27)	%7,81 (±%6,43)	%7,59 (±%4,15)
لا يوجد	2	1	%2.47 (±%3,12)	%1.56 (±%2,97)	%2,07 (±%2,23)
لا جواب	27	21	%33,33 (±%9,48)	%32,81 (±%11,24)	%33,10 (±%7,37)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 126

كيف تصف علاقتك شخصيا مع رئيسك المباشر	اناث							ذكور							الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	اجمالي	النسبة		
تبادل آراء	22	11	1	0	0	34	%41,98 (±%9,93)	24	9	1	0	0	34	%53,13 (±%11,95)	68	%46,90 (±%7,82)
مناقشة	36	0	0	0	0	36	%44,44 (±%9,99)	26	0	0	0	0	26	%40,63 (±%11,76)	62	%42,76 (±%7,75)
أخذ توجيهات	5	11	6	2	0	24	%29,63 (±%9.18)	3	9	4	1	1	18	%28,13 (±%10.77)	42	%28,97 (±%7,11)
تنفيذ أوامر	1	4	1	0	0	6	%7,41 (±%5.27)	1	3	1	1	0	6	%9,38 (±%6.98)	12	%8,28 (±%4,32)
حذرة	4	2	1	0	0	7	%8,64 (±%5,65)	3	1	0	0	0	4	%6,25 (±%5.80)	11	%7,59 (±%4,15)
مشاكلة	3	1	0	0	0	4	%4,94 (±%4,36)	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0.00)	4	%2,76 (±%2,57)
غير ذلك	3	0	0	0	1	4	%4,94 (±%4,36)	1	0	0	0	0	1	%1,56 (±%2,97)	5	%3,45 (±%2,86)
لا جواب	7	0	0	0	0	7	%8,64 (±%5,65)	6	0	0	0	0	6	%9,38 (±%6,98)	13	%8,97 (±%4,48)
المجموع	81	29	9	2	1			64	22	6	2	1			145	

جدول رقم 127

في اجتماعات عمل القسم ماذا تفعل غالبا	اناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	اجمالي	النسبة		
تستمع لآراء المسؤول وتأخذ بها كما هي	13	0	0	0	13	%16,05 (±%7,38)	12	0	0	0	12	%18,75 (±%9,35)	25	%17,24 (±%5,92)
تعارضه أحيانا	25	4	0	1	30	%37,04 (±%9,71)	24	3	0	0	27	%42,19 (±%11,83)	57	%39,31 (±%7,65)
تبادر إلى اقتراح عناوين لموضوعات جديدة	24	18	3	0	45	%55,56 (±%9,99)	20	13	2	0	35	%54,69 (±%11,92)	80	%55,17 (±%7,79)
تأخذ المزيد من الإيضاحات	8	16	6	2	32	%39,51 (±%9,83)	3	10	3	0	16	%25,00 (±%10.37)	48	%33,10 (±%7,37)
لا جواب	11	0	0	0	11	%13,58 (±%6,89)	5	0	0	0	5	%7,81 (±%6,43)	16	%11,03 (±%4,91)
المجموع	81	38	9	3			64	26	5	0			145	

جدول رقم 128

ما هو موقف رئيس القسم من ملاحظاتك في اجتماعات القسم	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
يستجيب لها دائما	8	8	%9,88 (±%6.00)	%12.50 (±%7.92)	%11.03 (±%4.91)
أحيانا	58	41	%71.60 (±%9.07)	%64.06 (±%11.49)	%68.28 (±%7.29)
لا يستجيب أبدا	1	2	%1.23 (±%2.22)	%3.13 (±%4.17)	%2.07 (±%2.23)
لا جواب	14	13	%17.28 (±%7.61)	%20.31 (±%9.63)	%18.62 (±%6.10)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 129

هل حصل وان اختلفت مع المسؤول المباشر عنك؟ إذا نعم، ما هو السبب؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	وجهات نظر مختلفة	7	9	54	%37,24 (±%7,58)
	بخصوص العمل	4	3		
	عدم التجاوب مع طموحتي على الرغم من الاعتراف بمقدرتي في العمل	2	0		
	باعتباره هو الجديد في الشركة، مررنا بمرحلة فتور ليعرف كلانا الآخر ويثق به	1	0		
	العمل يتم بشكل سيئ ومضر للمصلحة الوطنية	2	2		
	الأولوية في الخبر في النشرة	1	1		
	لأنني أطالب بحقي ودوري ولكن وسلطتي لا أحملها	1	0		
	أسباب كثيرة منها الغير منطقية	1	1		
	عدم الإنصاف في العمل والإجحاف في التعامل	1	1		
	الراتب	1	1		
	أسباب إدارية (فرص- أعياد- تأخر)	1	1		
	(فتنة خلق) علات بعدها الأمور إلى مجاريها	1	0		
	طريقة الكلام وقلة الاحترام	0	2		
	خوفه من ترقيتي	0	1		
	على طريقة معالجة موضوع وأسلوب عرضه	1	2	اناث	ذكور
	عدم ثقة	1	0	%34,57	%40,63
	ا جواب	3	2	(±%9,57)	(±%11,76)
لا		45	33	78	%53,79 (±%7,81)
				اناث	ذكور
				%55,56 (±%9,99)	%51,56 (±%11,97)
لا جواب		8	5	13	%8,97 (±%4,48)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 130

هل حصل واختلفت مع أحد زملائك أو زميلاتك في العمل؟ إذا نعم، حدد جنس من اختلفت معه		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم / أحيانا	أنثى	12	4	73	%50,34 (±%7,83)
	رجل	5	7		
	الجنسين	13	13	اناث	ذكور
	لا جواب	6	13	%44,44 (±%9,99)	%57,81 (±%11,83)
لا		39	22	61	%42,07 (±%7,74)
				اناث	ذكور
				%48,15 (±%10,05)	%34,38 (±%11,37)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4,15)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 131

هل تعمل	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاحصائية
			اناث	ذكور	
بمفردك	17	9	%20.99 (±%8.19)	%14.06 (±%8.32)	%17.93 (±%6.01)
ضمن فريق	37	31	%45.68 (±%10.02)	%48.44 (±%11.97)	%46.90 (±%7.82)
تبعا للحالة	24	24	%29.63 (±%9.18)	%37.50 (±%11.59)	%33.10 (±%7.37)
لا جواب	3	0	%3.70 (±%3.80)	%0.00 (±%0.00)	%2.07 (±%2.23)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 132

هل تفضل العمل بمفردك أو ضمن فريق	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
بمفردك	28	6	%34.57 (±%9.57)	%9.38 (±%6.98)	%23.45 (±%6.64)
ضمن فريق	40	51	%49.38 (±%10.06)	%79.69 (±%9.63)	%62.76 (±%7.58)
لا فرق	3	1	%3.70 (±%3.80)	%1.56 (±%2.97)	%2.76 (±%2.57)
لا جواب	10	6	%12.35 (±%6.62)	%9.38 (±%6.98)	%11.03 (±%4.91)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 133

هل تفضل العمل بمفردك أو ضمن فريق ولماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
بمفردي	لأني لا أتكل على أحد وأخاف أن يخطئ من يعمل معي	2	0		
	لأن طبيعة عملي تتوجب علي العمل منفردا	2	1		
	العمل ضمن فريق يشكل غيرة ومنافسة وعملي لا يحتمل هكذا موضوع	1	0		
	الرأي يعود لي وحدي	1	0		
	لإتمام واجبي كاملا	1	0	34	%23,45 (±%6,64)
	لعدم الثقة بالاخرين	2	0		
	لأتحمل المسؤولية وحدي	1	1		
	أضمن	1	1		
	أكثر تركيزا	2	0		
	لأن لي نهجي الخاص بالعمل	3	1		
	لكي أبدع	1	0		
	أعمل أفضل	3	0	اناث	ذكور
	إذا كثروا الطباخين تحترق الطبخة	1	0	%34,57	%9,38
	لا جواب	7	2	(±%9,57)	(±%6,98)
ضمن فريق	لأني أفضل عادة وجود عدة أفراد يعملون بتوحد فكري	1	0		
	لأنه يؤدي إلى تطور العمل وتبادل الخبرات	2	4		
	لأن العمل كفريق يزيد الإنتاج ويخفف التعب	2	1		
	لأن طبيعة عملي تتوجب على العمل منفردا	0	1		
	شرط أن يكون فريقا متجانسا ومحبا للعمل ومحترما	2	2		
	العمل ضمن فريق يوثق العلاقات ويكشف الخلل في العمل بصورة أسرع	2	2		
	كل خصوصية عمل تفرض الفرد أو الجماعة	1	0	91	%62,76 (±%7,58)
	أخذ فكرة ملموسة عن طرق تفكير الآخرين	0	3		
	لأن العمل التلفزيوني هو عمل جماعي	1	6		
	لكل شخص أفكاره	1	0		
	لاخراج العمل أكثر غنى ونوعية	3	5		
	لأن لي نهجي الخاص بالعمل	1	0		
	لكي أبدع	1	0		
	أسرع	0	1		
	أعمل أفضل	1	3		
	لأن التعاون مهم في الحياة	5	5		
	حسب المشاركة	0	1	اناث	ذكور
	لتقسيم العمل	2	0	%49,38	%79,69
	لا جواب	15	17	(±%10.06)	(±%9.63)
كلاهما	لأن العمل بمفردي يعطيني كسب معنوي والجماعي يؤدي إلى نتائج حسنة	1	0	4	%2,76
	كل خصوصية عمل تفرض الفرد أو الجماعة	2	1		(±%2,57)
لا جواب		10	6	16	%11,03 (±%4.91)
المجموع		81	64	145	%100.00

جدول رقم 134

هل حصل والختلفت مع أحد زملائك أو زميلاتك في العمل؟ إذا نعم، ما هو السبب؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
أحيانا	تأخير في العمل	0	2	39	%26,90 (±%6,95)
	عدم رغبتهم في العمل وأخذ النصائح	0	1		
	الانضباط في العمل/ أو تعدي على زملائهم في الأقسام	1	0		
	ليس غراميا بل طريقة التعاطي الخاطئة	0	1		
	لأنهن غيورات بشكل غير مهني	1	0		
	النميمة والغيرة وعدم التعاون	2	0		
	يجب أن تسأليها لأن الخلاف أتى من الجهة الأخرى	1	0		
	خوفه من إلغاء دوره	0	1		
	الدوام وتوزيع العمل	1	0		
	مواضيع لا تتعلق بالعمل	5	1		
	ثرثرة والكلام بالسياسة	1	0		
	شخصية وعملية	1	1	اناث	ذكور
	تباين في وجهات النظر ومحاولة البعض إثبات حضوره	2	2	%24,69	%29,69
	لا جواب	5	10	(±%8,67)	(±%10,94)
نعم	تأخير في العمل	0	1	34	%23,45 (±%6.64)
	عدم رغبتهم في العمل وأخذ النصائح	0	2		
	ليس غراميا بل طريقة التعاطي الخاطئة	0	1		
	النظرة إلى العمل/ عدم الاحترام	1	2		
	النميمة والغيرة وعدم التعاون	2	0		
	يجب أن تسأليها لأن الخلاف أتى من الجهة الأخرى	0	1		
	مواضيع لا تتعلق بالعمل	2	2		
	لأنها حاولت إعاقة عملي	2	0		
	شخصية وعملية	1	1		
	تباين في وجهات النظر ومحاولة البعض إثبات حضوره	2	2		
	لأسباب خاصة	1	1		
	منافسة في العمل	1	0		
	قلة العقل	1	0		
	ثرثرة والكلام بالسياسة	0	1	اناث	ذكور
	لأنني أنزعج من تلقي الأوامر	1	1	%19,75	%28,13
	لا جواب	2	3	(±%8,01)	(±%10,77)
لا		39	22	61	%42,07 (±%7,74)
				اناث	ذكور
				%48,15 (±%10.05)	%34,38 (±%11.37)
لا جواب		6	5	11	%7,59 (±%4.15)
المجموع		81	64	145	%212,22

جدول رقم 135

هل تأخذ رأي زملائك في مشاكل العمل؟ لماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
دائما	أفضل للعمل	2	1	32	%22,07 (±%6,50)
	لأن الهموم مشتركة وتخص الجميع	1	1		
	لأخذ بعض الآراء ولجد الأنسب ومقارنة الصح بالخطأ	0	1		
	لأن أراء الأخرين تنبهنا إلى أمور لم نكن منتبهين إليها	1	0		
	للاستفادة من خبرتهم	0	1		
	المشاركة نوع من التعاون والتكامل في العمل	2	1		
	اليد وحدها لا تصفق	0	1		
	الاستشارة ضرورية	0	2		
	لتخطيها وتجنب الوقوع بها لاحقا	1	0		
	من استشار الرجال شاركها في عقولها	0	2		
	لأن الثقة متبادلة في معالجة الأمور	0	1	اناث	ذكور
	ربما هناك حل غير وارد على ذهني	1	1	%17,28	%28,13
	لا جواب	6	6	(±%7,61)	(±%10,77)
أحيانا	لأن الهموم مشتركة وتخص الجميع	3	0	94	%64,83 (±%7,48)
	لأخذ بعض الاراء وأجد الأنسب ومقارنة الصح بالخطأ	4	1		
	تحتاج أيضا للتعبير عما في داخلك خاصة في حال عدم تجاوب المسؤول	1	0		
	لأن لا أحد كامل والمشاركة أساس النجاح	0	2		
	لأن آراء الأخرين تنبهنا إلى أمور لم نكن منتبهين إليها	2	1		
	للاستفادة من خبرتهم	5	4		
	لدي من الخبرة الطويلة ما يساعدني على حل مشاكلي	0	1		
	تربطني صداقة بهم ويهمني رأيهم	1	0		
	حسب الوضع وطرح التفاصيل عليهم	0	2		
	لحل مشاكلي بنفسي من أجل النميمة	1	0		
	وفق نوع المشكلة وحرصا على الجو العام وسلامته	0	1		
	المشاركة نوع من التعاون والتكامل في العمل	1	3		
	نوع من الراحة	1	0		
	لتوضيح الصورة	1	0		
	الاستشارة ضرورية	3	1		
	للتخفيف من التوتر	1	0		
	لأرى إن كنت على حق أم لا	0	1		
	لتفادي الضرر	1	0		
	ربما هناك حل غير وارد على ذهني	2	0		
	حتى أخفف من عصبيتي	1	0		
	لإنجاز العمل بشكل ممتاز	0	1		
	لأن الطرف الآخر يشعر نفسه نابوليون	1	0	اناث	ذكور
	لأن عمل الإعلام يعتمد على تعدد الأفكار	1	0	%66,67	%62,50
	لا جواب	24	22	(±%9,48)	(±%11,59)

جدول رقم 135 (تابع)

لا	أحل مشاكلي بنفسي من أجل النميمة	2	0	13	%8,97 (±%4,48)
	وفق نوع المشكلة وحرصا على الجو العام وسلامته	0	1		
	بسبب خبرتي	1	1		
	كل يفكر في مصلحته	1	0		
	لم تحصل معي مشاكل نظرا لقصر المدة	1	0		
	لا أحد يهتم لمصلحة الآخر	1	0	اناث	ذكور
	لا يهمني	1	0	%12,35	%4,69
	لا جواب	3	1	(±%6,62)	(±%5,06)
لا جواب		3	3	6	%4,14 (±%3,12)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 136

هل تعير أذنك للثرثرة التي تحصل في ممرات المؤسسة بين الزملاء	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	8	5	%9,88 (±%6,00)	%7,81 (±%6,43)	%8,97 (±%4,48)
لا	41	39	%50,62 (±%10,06)	%60,94 (±%11,68)	%55,17 (±%7,79)
أحيانا	29	19	%35,80 (±%9,64)	%29,69 (±%10,94)	%33,10 (±%7,37)
لا جواب	3	1	%3,70 (±%3,80)	%1,56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 137

هل تعير أذنك للثرثرة التي تحصل في ممرات المؤسسة بين الزملاء؟ إذا نعم: لماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	المعرفة نور .A	0	2	51	%35.17
	لدي أذن سميعة وإلا لا أعد صحافية .B	1	2		
	لانها تطلقني في بعض الاحيان .C	1	0		
	لا أعرف ما يدور حولي واخذ حذري .D	1	0		
	اكتشاف أمور جديدة في العمل .E	1	1		
	لأعرف كيف تسير الأمور لأنها أحيانا تؤثر على العمل وتؤدي الى نتائج سيئة ومؤذية .F	11	5		
	للاطلاع على نلسبات البعض .G	0	1		
	لأنها تفيدني في تفادي المشاكل .H	0	1		
	طبيعة البشر .I	0	1		
	لا جواب .J	1	0		
		5	4		
		0	1		
		0	1		
		1	0		
		0	1		
		1	1		
		1	0		
		0	1	اناث	
		0	1	%34,72	
		1	0	ذكور	
		0	3	%36,62	
أحيانا		3	1	8	%5,52
		0	1	اناث	
		0	1	%4,17	
		0	1	ذكور	
		0	1	%7,04	
لا		41	39	80	%55,17
				اناث %56,94	ذكور %54,93
لا جواب		3	1	4	%2,76
المجموع		72	71	143	%98,62

جدول رقم 138

من يقوم بالثرثرة اكثر	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
الرجال	1	3	%1,23 (±%2.22)	%4,69 (±%5,06)	%2,76 (±%2.57)
النساء	14	15	%17,28 (±%7,61)	%23,44 (±%10,14)	%20,00 (±%6,27)
الاثنين معا	57	41	%70,37 (±%9,18)	%64,06 (±%11,49)	%67,59 (±%7,33)
لا جواب	9	5	%11,11 (±%6,32)	%7,81 (±%6.43)	%9,66 (±%4,63)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 139

سبب الثرثرة بالأولوية هو أولوية رقم	إناث								ذكور								الإجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة		
الغيرة	31	19	4	2	4	0	60	%74,07 (±%8,81)	18	14	1	2	0	0	35	%54,69 (±%11,92)	95	%65,52 (±%7,45)
سوء التصرف من قبل البعض	16	10	12	7	4	2	49	%60,49 (±%9,83)	11	12	7	2	1	2	33	%51,56 (±%11,97)	82	%56,55 (±%7,77)
المنافسة	16	9	11	6	2	2	44	%54,32 (±%10,02)	12	5	3	3	2	1	25	%39,06 (±%11,68)	69	%47,59 (±%7,83)
التمييز في المعاملة	5	11	6	10	6	2	38	%46,91 (±%10,04)	5	5	7	1	5	0	23	%35,94 (±%11,49)	61	%42,07 (±%7,74)
طبيعة العمل الإعلامي	3	7	6	7	8	4	31	%38,27 (±%9,78)	9	2	5	3	2	2	21	%32,81 (±%11,24)	52	%35,86 (±%7,52)
شخصية رئيس المؤسسة	0	0	9	7	5	8	21	%25,93 (±%8,81)	4	1	2	4	1	3	12	%18,75 (±%9,35)	33	%22,76 (±%6,57)
غير ذلك	2	0	0	0	0	0	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	2	0	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	4	%2,76 (±%2,57)
لا جواب	8	0	0	0	0	0	8	%9,88 (±%6,00)	5	0	0	0	0	0	5	%7,81 (±%6,43)	13	%8,97 (±%4,48)
المجموع	81	56	48	39	29	18			64	39	27	15	11	8			145	

جدول رقم 140

كيف تصف العلاقة بالجنس الأخر داخل القسم	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
صداقة	33	30	%40,74 (±%9,88)	%46,88 (±%11,95)	%43,45 (±%7,77)
زمالة عمل فقط	44	29	%54,32 (±%10,02)	%45,31 (±%11,92)	%50,34 (±%7,83)
تجنب للأخر	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
حميمة	0	0	%0,00 (±%0,00)	%0,00 (±%0,00)	%0,00 (±%0,00)
لا جواب	4	4	%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)	%5,52 (±%3,58)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 141

كيف تقيم علاقتك بالجنس الأخر دلخل القسم	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
إيجابية	72	55	%88,89 (±%6,32)	%85,94 (±%8,32)	%87,59 (±%5,17)
متارجحة	5	4	%6,17 (±%4,84)	%6,25 (±%5,80)	%6,21 (±%3,78)
سلبية	0	1	%0,00 (±%0,00)	%1,56 (±%2,97)	%0,69 (±%1,30)
لا جواب	4	4	%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)	%5,52 (±%3,58)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 142

هل تنتقد نفسك ، لماذا؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
لا	لا جواب	3	2	5	%3,45 (±%2,86)
				اناث	ذكور
				%3,70 (±%3,80)	%3,13 (±%4,17)
غالبا	كي أتحسن وأتطور	5	5	52	%35,86 (±%7,52)
	لتصحيح الأخطاء	2	5		
	النقد الذاتي يساعد على التطور	1	2		
	لكي لا أقع في الخطأ نفسه	0	1		
	لأننا لسنا معصومين عن الخطأ	2	1		
	لأنني أريد دائما الأفضل	8	1		
	لتقييم ذاتي	0	1		
	لا أرضى عن عملي أبدا	1	0	اناث	ذكور
	لأنني أفضل ناقدة لنفسي	1	0	%38,27	%32,81
	لا جواب	11	5	(±%9,78)	(±%11,24)
أحيانا	كي أتحسن وأتطور	5	3	76	%52,41 (±%7,83)
	اعتبر أنني كنت أقوم بالأحسن لو أخذت وقتي	4	0		
	لاستعراض أسباب الفشل أو غير ذلك	1	1		
	لتصحيح الأخطاء	1	3		
	النقد الذاتي يساعد على التطور	5	1		
	لكي لا أقع في الخطأ نفسه	0	1		
	لأننا لسنا معصومين عن الخطأ	0	2		
	السرعة في توقع ردود الفعل	0	1		
	لأنني أريد دائما الأفضل	1	0		
	لتقييم ذاتي	1	0		
	لكثرة العمل	0	1	اناث	ذكور
	لا جواب	22	22	%50,62	%54,69
	لأن الجرأة والوقاحة تنقصني	1	0	(±%10,06)	(±%11,92)
لا جواب		6	6	12	%8,28 (±%4,32)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 143

كيف تعمل على تحسين صورتك بالأولوية: أولوية رقم	إناث 1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	الإجمالي	النسبة للمجموع
اهتم بهندامي	20	3	9	7	5	3	3	50	%61,73 (±%9,78)	13	1	4	1	2	2	2	25	%39,06 (±%11,68)	75	%51,72 (±%7,83)
اتبع نصائح خبراء التجميل	0	4	0	2	1	1	8	16	%19,75 (±%8,01)	8	0	0	1	1	0	3	5	%7,81 (±%6,43)	21	%14,48 (±%5,51)
انتبه دائما لتسريحة شعري	1	3	3	0	4	3	5	19	%23,46 (±%8,52)	0	0	1	2	1	1	2	7	%10,94 (±%7,47)	26	%17,93 (±%6,01)
احافظ على لياقتي البدنية	3	4	4	7	2	3	5	28	%34,57 (±%9,57)	5	7	0	1	3	2	2	20	%31,25 (±%11,10)	48	%33,10 (±%7,37)
اطلع على تجارب الإعلاميين الأجانب	2	5	9	2	4	3	4	29	%35,80 (±%9,64)	8	4	5	2	2	0	1	22	%34,38 (±%11,37)	51	%35,17 (±%7,48)
اتبع إرشادات المسؤولين عني بتكامل	2	2	4	3	2	2	4	19	%23,46 (±%8.52)	3	0	2	3	1	2	2	13	%20,31 (±%9,63)	32	%22.07 (±%6,50)
أعطي مجالا لعفويتي	5	9	12	11	1	0	3	41	%50,62 (±%10,06)	3	7	8	4	1	1	1	25	%39,06 (±%11,68)	66	%45,52 (±%7,80)
أطور مهنتي	15	10	9	4	4	0	2	44	%54,32 (±%10,02)	13	12	7	3	3	8	0	38	%59,38 (±%11,76)	82	%56,55 (±%7,77)
أوسع ثقافتي	18	22	3	6	5	2	0	56	%69,14 (±%9,29)	6	17	8	7	3	2	0	44	%68,75 (±%11,10)	100	%68,97 (±%7,25)
غير ذلك	1	0	0	1	0	0	0	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	1	0	0	8	0	1	%1,56 (±%2,97)	3	%2,07 (±%2,23)
لا جواب	14	0	0	0	0	0	0	14	%17,28 (±%7,61)	13	0	0	0	0	0	0	13	%20,31 (±%9,63)	27	%18,62 (±%6,10)
المجموع	81	62	53	43	28	17	34			64	48	37	24	17	10	13			145	

جدول رقم 144

كيف تعمل على تثقيف نفسك بالأولوية: ولوية رقم	إناث									ذكور									الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	7	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	7	اجمالي	النسبة		
قراءة الكتب	30	7	13	11	3	0	0	64	%79,01 (±%8,19)	24	9	7	2	2	0	0	44	%68,75 (±%11,10)	108	%74,48 (±%6,83)
قراءة الجرائد	31	24	5	4	1	1	0	66	%81,48 (±%7,81)	21	16	4	2	0	1	0	44	%68,75 (±%11,10)	110	%75,86 (±%6,71)
قراءة المجلات	1	15	20	5	2	6	0	49	%60,49 (±%9,83)	1	10	19	6	1	0	0	37	%57,81 (±%11,83)	86	%59,31 (±%7,70)
الاستماع إلى وسائل الإعلام الأجنبية	7	20	12	12	4	0	0	55	%67,90 (±%9,39)	8	11	10	14	0	0	0	43	%67,19 (±%11,24)	98	%67,59 (±%7,33)
حضور ندوات	1	4	5	7	9	6	0	32	%39,51 (±%9,83)	1	7	6	6	11	2	0	33	%51,56 (±%11,97)	65	%44,83 (±%7,79)
متابعة دورات تدريبية	2	1	6	6	9	6	0	30	%37,04 (±%9,71)	4	4	1	5	6	8	0	28	%43,75 (±%11,88)	58	%40,00 (±%7,68)
غير ذلك	0	0	0	0	1	0	1	2	%2,47 (±%3,12)	0	0	0	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	2	%1,38 (±%1,83)
لا جواب	9	0	0	0	0	0	0	9	%11,11 (±%6,32)	5	0	0	0	0	0	0	5	%7,81 (±%6,43)	14	%9,66 (±%4,63)
المجموع	81	71	61	45	29	19	1			64	57	47	35	20	11	0			145	

جدول رقم 145

الام تعطي الأولوية في حياتك خارج إطار العمل :أولوية رقم	إناث								ذكور								الاجمالي	النسبة للمجموع
	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	5	6	اجمالي	النسبة		
الاهتمام بالأعمال المنزلية	6	7	3	3	4	10	33	%40,74 (±%9,88)	0	3	1	5	3	5	17	%26,56 (±%10,58)	50	%34,48 (±%7,45)
الاهتمام بأفراد العائلة	34	12	8	4	4	0	62	%76,54 (±%8,52)	34	5	7	2	1	0	49	%76,56 (±%10,14)	111	%76,55 (±%6,64)
ممارسة الهوايات المفضلة	9	14	9	8	1	3	44	%54,32 (±%10,02)	5	11	8	7	2	2	35	%54,69 (±%11,92)	79	%54,48 (±%7,80)
الاهتمام بالمظهر	1	3	5	7	9	5	30	%37,04 (±%9.71)	0	2	8	1	6	5	22	%34,38 (±%11,37)	52	%35,86 (±%7,52)
متابعة التحصيل العلمي	12	12	9	5	2	1	41	%50,62 (±%10,06)	13	14	5	2	1	2	37	%57,81 (±%11,83)	78	%53,79 (±%7,81)
القيام بنشاطات اجتماعية	7	12	14	6	3	0	42	%51,85 (±%10,05)	5	14	13	6	3	0	41	%64,06 (±%11,49)	83	%57,24 (±%7,75)
غير ذلك	9	0	0	0	0	0	9	%11,11 (±%6,32)	5	0	0	0	0	0	5	%7,81 (±%6,43)	14	%9,66 (±%4,63)
لا جواب	3	0	0	0	0	0	3	%3,70 (±%3,60)	2	0	0	0	0	0	2	%3,13 (±%4,17)	5	%3,45 (±%2,86)
المجموع	81	60	48	33	23	19			64	49	42	23	16	14			145	

جدول رقم 146

هل أثر انتماؤك الجنسي على اختيارك للعمل	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
كثيرا	5	8	%6,17 (±%4,84)	%12,50 (±%7,92)	%8,97 (±%4,48)
إلى حد ما	7	14	%8,64 (±%5,65)	%21,88 (±%9,90)	%14,48 (±%5,51)
لم يؤثر	62	38	%76,54 (±%8,52)	%59,38 (±%11,76)	%68,97 (±%7,25)
لا جواب	7	4	%8,64 (±%5,65)	%6,25 (±%5,80)	%7,59 (±%4,15)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 147

هل توجد في قسمك مهمات ووظائف خاصة بالنساء وأخرى بالرجال	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
نعم	6	10	%7,41 (±%5,27)	%15,63 (±%8,69)	%11,03 (±%4,91)
لا	58	33	%71,60 (±%9,07)	%51,56 (±%11,97)	%62,76 (±%7,58)
أحيانا	13	17	%16,05 (±%7,38)	%26,56 (±%10,58)	%20,69 (±%6,35)
لا جواب	4	4	%4,94 (±%4,36)	%6,25 (±%5,80)	%5,52 (±%3,58)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 149

هل توجد من خصوصية لعمل كل من المرأة والرجل في قسمك؟ كيف؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	في طرح المواضيع	0	3	6	%4,14 (±%3,12)
				اناث	ذكور
	في معالجتها	2	1	%2,47 (±%3,12)	%6,25 (±%5,80)
الى حد ما	في طرح المواضيع	3	1	90	%62,07 (±%7,60)
	في معالجتها	7	8		
	في تقديمها	2	1		
	في طرح المواضيع ومعالجتها	2	1		
	في طرح المواضيع وتقديمها	1	0		
	في معالجة المواضيع وتقديمها	0	3		
	في طرح المواضيع ومعالجتها وتقديمها	3	0		
	في طرح المواضيع وتقديمها وغير ذلك	0	1	اناث	ذكور
	غير ذلك	2	3	%60,49	%64,06
	لا جواب	29	23	(±%9,83)	(±%11,49)
لا		21	9	30	%20,69 (±%6,35)
				اناث	ذكور
				%25,93 (±%8,81)	%14,06 (±%8,32)
لا جواب		9	10	19	%13,10 (±%5,29)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 150

هل توجد في قسمك مهمات ووظائف خاصة بالنساء وأخرى بالرجال؟ كيف يحصل التقسيم؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم	التعاطي مع الأخرين يكون من خارج الشركة وهم بالأكثرية من النساء	0	1	16	%11,03
	حسب الكفاءة والأقدمية في العمل	1	0		(±%4,91)
	كل حسب وظيفته	1	4		
	بعض أعمال السكرتيريا للنساء	0	1		
	حسب الليل والنهار	0	1	اناث	ذكور
	على أساس طبيعة العمل ومدى قدرة الفتاة على تحمله	1	0	%7,41	%15,63
	لا جواب	3	3	(±%5,27)	(±%8,69)
أحيانا	حسب سماكة (المكياج) عند بعضهن	0	1	30	%20,69
	لا أحد يأخذ حصصه وقسمته وتعبه والطاسة ضايعة	1	0		(±%6,35)
	كل حسب وظيفته	0	3		
	المهنة بحد ذاتها تتطلب أن يكون رجل لأنه يتكبد الإجهاد أكثر من النساء	1	0		
	عندما يذهب أحد من قسمنا للعمل في مواضيع خارجية غالبا ما يذهب الرجال	0	1	اناث	ذكور
	على أساس طبيعة العمل ومدى قدرة الفتاة على تحمله	1	1	%16,05	%26,56
	لا جواب	10	11	(±%7,38)	(±%10,58)
لا		58	33	91	%62,76 (±%7,58)
				اناث	ذكور
				%71,60 (±%9,07)	%51,56 (±%11,97)
لا جواب		4	4	8	%5,52 (±%3,58)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 151

كيف تتصور كل من المراة والرجل في اجتماعات عمل القسم		إناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	4	اجمالي	النسبة	1	2	3	4	اجمالي	النسبة		
دور الرجل	مشاركة	37	4	0	0	41	%50,62 (±%10,06)	20	4	0	0	24	%37,50 (±%11,59)	65	%44,83 (±%7,79)
	مناقشة	8	21	4	0	33	%40,74 (±%9,88)	8	8	2	0	18	%28,13 (±%10,77)	51	%35,17 (±%7,48)
	تلقي	1	6	5	0	12	%14,81 (±%7,15)	3	1	1	0	5	%7,81 (±%6,43)	17	%11,72 (±%5,04)
	تشويش	1	3	1	1	6	%7,41 (±%5,27)	0	0	1	1	2	%3,13 (±%4,17)	8	%5,52 (±%3,58)
	لا مبالاة	2	0	1	0	3	%3,70 (±%3,80)	0	0	1	0	1	%1,56 (±%2,97)	4	%2,76 (±%2,57)
	لا جواب	32	0	0	0	32	%39,51 (±%9,83)	33	0	0	0	33	%51,56 (±%11,97)	65	%44,83 (±%7,79)
	المجموع	81	34	11	1			64	13	5	1			145	
دور المرأة	مشاركة	43	3	0	0	46	%56,79 (±%9,96)	24	2	0	0	26	%40,63 (±%11,76)	72	%49,66 (±%7,83)
	مناقشة	5	21	5	0	31	%38,27 (±%9,78)	4	5	3	0	12	%18,75 (±%9,35)	43	%29,66 (±%7,16)
	تلقي	1	8	4	0	13	%16,05 (±%7,38)	3	4	0	0	7	%10,94 (±%7,47)	20	%13,79 (±%5,40)
	تشويش	0	1	2	1	4	%4,94 (±%4,36)	0	1	1	0	2	%3,13 (±%4,17)	6	%4,14 (±%3,12)
	لا مبالاة	1	0	2	0	3	%3,70 (±%3,80)	1	0	1	0	2	%3,13 (±%4,17)	5	%3,45 (±%2,86)
	غير ذلك	0	0	0	0	0	%0,00 (±%0,00)	1	0	2	0	3	%4,69 (±%5,06)	3	%2,07 (±%2,23)
	لا جواب	31	0	0	0	31	%38,27 (±%9,78)	31	0	0	0	31	%48,44 (±%11,97)	62	%42,76 (±%7,75)
	المجموع	81	33	13	1			64	12	7	0			145	

جدول رقم 152

هل تجد في انتمائك الجنسي عاملا	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
مساعدا لعملك	16	26	%19,75 (±%8,01)	%40,63 (±%11,76)	%28,97 (±%7,11)
معوقا له	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0,69 (±%1,30)
مساعدا و معوقا	1	0	%1,23 (±%2,22)	%0,00 (±%0,00)	%0.69 (±%1,30)
لا يهم	58	37	%71,60 (±%9,07)	%57,81 (±%11,83)	%65,52 (±%7,45)
لا جواب	5	1	%6,17 (±%4,84)	%1.56 (±%2,97)	%4,14 (±%3,12)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 153

بشكل عام تفضل أن يكون جنس المسؤول عنك	اناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			اناث	ذكور	
ذكرا	25	23	%30,86 (±%9,29)	%35,94 (±%11,49)	%33,10 (±%7,37)
أنثى	3	1	%3,70 (±%3,80)	%1,56 (±%2,97)	%2,76 (±%2,57)
لا يهم	52	38	%64,20 (±%9,64)	%59,38 (±%11,76)	%62,07 (±%7,60)
لا جواب	1	2	%1,23 (±%2,22)	%3,13 (±%4,17)	%2,07 (±%2,23)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100,00

جدول رقم 154

هل تجد أن العلاقة مع المصدر أسهل للذكور أم للإناث؟ و لماذا؟		إناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
للذكور	بسبب طبيعة البلد	0	1	5	%3,45
	الظروف تخدمهم أفضل	1	0		(±%2,86)
	لأنهم متفهمون أكثر	1	0	إناث	ذكور
	لا جواب	0	2	%2,47 (±%3,12)	%4,69 (±%5,06)
للإناث	ربما بسبب الوقار المطلوب من خلال الحديث مع الأنثى	1	1	25	%17,24 (±%5,92)
	مجتمعنا الشرقي يسهل للإناث أكثر من الرجال	0	1		
	عندما يكون هناك حاجز فإنه يسري على الجميع	0	1		
	لأسباب تعود لنوعية ومستوى الطبقة السياسية الحاكمة	0	1		
	لأنهن أقدر على العلاقات العامة	0	1		
	لأنهن دائما بوابة العبور السريعة	1	0		
	لأن المجتمع يحب النساء أكثر	1	1		
	سبحان الله	0	2		
	لأن السياسيين يرتاحون لهن أكثر	2	0	إناث	ذكور
	تهيب الرجال	0	1	%12,35	%23,44
	لا جواب	5	6	(±%6,62)	(±%10,14)
لا يهم	السهولة تتوقف على مدى ذكاء الصحفي وقدرته على جلب المعلومات من المصدر	3	4	75	%51,72 (±%7,83)
	عندما يكون هناك حاجز فإنه يسري على الجميع	1	0		
	لأن السهولة تعتمد على ذكاء العامل وعلاقته الاجتماعية	1	0		
	لأن كل من لديه الخبرة يعمل ما يريد	0	2		
	لأنه لا يوجد بالقسم إناث	0	1	إناث	ذكور
	تبعا لأسلوب كل شخص	1	0	%54,32	%48,44
	لا جواب	38	24	(±%10,02)	(±%11,97)
لا جواب		25	15	40	%27,59 (±%7,00)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 155

هل تجد أن النساء يختلفن عن الرجال في علاقتهم بالتقنيات الحديثة	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			إناث	ذكور	
كثيرا	3	6	%3.70 (±%3.80)	%9.38 (±%6.98)	%6.21 (±%3.78)
إلى حد ما	21	18	%25.93 (±%8.81)	%28.13 (±%10,77)	%26,90 (±%6.95)
لا اختلاف	51	33	%62.96 (±%9,71)	%51,56 (±%11.97)	%57,93 (±%7,74)
لا جواب	6	7	%7,41 (±%5.27)	%10,94 (±%7,47)	%8,97 (±%4,48)
المجموع	81	64	%100,00	%100,00	%100.00

جدول رقم 156

من تجد أسهل للإقناع	إناث	ذكور	النسبة ضمن الجنس		النسبة الاجمالية
			إناث	ذكور	
المرأة	6	6	%7.41 (±%5.27)	%9,38 (±%6,98)	%8,28 (±%4,32)
الرجل	3	2	%3.70 (±%3.80)	%3,13 (±%4,17)	%3,45 (±%2,86)
لا يهم	53	39	%65.43 (±%9,57)	%60,94 (±%11,68)	%63,45 (±%7,55)
لا جواب	19	17	%23.46 (±%8.52)	%26,56 (±%10,58)	%24,83 (±%6,77)
المجموع	81	64	%100.00	%100.00	%100.00

جدول رقم 157

هل تجد أن هناك تمييزا في الرواتب تبعا للجنس؟ إذا نعم، تجد التمييز يتم لمصلحة من		إناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
نعم / أحيانا	المرأة	0	2	33	%22,76 (±%6.57)
	الرجل	15	3	إناث	ذكور
	لا جواب	6	7	%25,93 (±%8.81)	%18,75 (±%9.35)
لا		55	45	100	%68,97 (±%7,25)
				إناث	ذكور
				%67,90 (±%9.39)	%70,31 (±%10.94)
لا جواب		5	7	12	%8,28 (±%4.32)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 158

كإعلامي في التلفزيون، هل تجد أن هناك مواصفات معينة مطلوب منك أن توفرها؟ إذا نعم، ما هي ؟		إناث					ذكور					الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	>2	اجمالي	النسبة	1	2	>2	اجمالي	النسبة		
نعم	السرية	1	0	0	1	%1,23	1	0	0	1	%1,56	2	%1,38
	الخبرة	13	1	0	14	%17,28	8	0	0	8	%12,50	22	%15,17
	الشكل	8	6	2	16	%19,75	2	3	0	5	%7,81	21	%14,48
	الثقافة	9	12	4	25	%30,86	11	5	1	17	%26,56	42	%28,97
	الذكاء (سرعة البديهة)	6	3	4	13	%16,05	2	2	1	5	%7,81	18	%12,41
	اللباقة	0	4	2	6	%7,41	0	1	0	1	%1,56	7	%4,83
	عدم الخوف	2	5	3	10	%12,35	0	0	1	1	%1,56	11	%7,59
	حب العمل	1	2	1	4	%4,94	0	1	0	1	%1,56	5	%3,45
	الشهادة	0	1	3	4	%4,94	0	3	3	6	%9,38	10	%6,90
	المضمون	0	2	0	2	%2,47	1	0	0	1	%1,56	3	%2,07
	النشاط	0	0	1	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	التفرغ	0	0	1	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	قدرة على الإبداع	1	0	2	3	%3,70	4	0	0	4	%6,25	7	%4,83
	الحضور	0	0	2	2	%2,47	0	1	2	3	%4,69	5	%3,45
	الاحترام الذاتي	1	0	1	2	%2,47	0	1	0	1	%1,56	3	%2,07
	الدقة	1	0	0	1	%1,23	1	0	0	1	%1,56	2	%1,38
	المسؤولية	0	1	0	1	%1,23	0	0	1	1	%1,56	2	%1,38
	التكتم – النفس الطويل	1	0	0	1	%1,23	0	0	0	0	%0,00	1	%0,69
	تجديد المعلومات	0	0	1	1	%1,23	1	1	0	2	%3,13	3	%2,07
	الصدق مع المشاهدين	0	0	0	0	%0,00	2	0	0	2	%3,13	2	%1,38
	لا جواب	7	0	0	7	%8,64	9	0	0	9	%14,06	16	%11,03
	المجموع				51	%62,96				42	%65,63	93	%64,14
لا					8	%9,88				6	%40,00	14	%9,66
لا جواب					22	%27,16				16	%25,00	38	%26,21
المجموع					81	%100,00				64	%100,00	145	

جدول رقم 159

هل تجد أن هناك فرقا بين المرأة التي تعمل حاليا وبين الجيل الذي تمثله والدتك؟ إذا كنت تجد، كيف تقيم هذه الفروقات؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
كثيرا	نحو الأفضل	19	21	81	%55,86
	نحو الأسوأ	4	13		(±%7,78)
	غير ذلك	12	3	اناث	ذكور
	لا جواب	6	3	%43,21 (±%9,96)	%57,81 (±%11,83)
إلى حد ما	نحو الأفضل	18	3	41	%28,28
	نحو الأسوأ	5	3		(±%7,06)
	غير ذلك	4	2	اناث	ذكور
	لا جواب	2	4	%35,80 (±%9,64)	%18,75 (±%9,35)
لا أجد		1	1	2	%1,38 (±%1,83)
				اناث	ذكور
				%1,23 (±%2,22)	%1,56 (±%2,97)
لا جواب		10	11	21	%14,48 (±%5,51)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 160

هل تجد أن التلفزيون في لبنان أضاف أشياء جديدة على صورة المرأة التي تمثلها والدتك؟ إذا كان أضاف، كيف؟		اناث	ذكور	الاجمالي	النسبة للمجموع
كثيرا	الواعية – المفكرة – المتحضرة – الجريئة – العاملة	5	1	31	%21,38 (±%6,42)
	الإنسان بطبعه يتطور	0	1		
	نقل تصرف أجنبي في تصرف المرأة وتخلي عن تقاليدنا الشرقية	1	1		
	إبراز جوانب الإغراء والمفاتن	1	2		
	إشراكها في مختلف وجوه الحياة	0	1		
	المرأة العصرية	0	1		
	المساواة	2	1	اناث	ذكور
	سلبيا نوعا ما	2	0	%23,46	%18,75
	لا جواب	8	4	(±%8,52)	(±%9,35)
إلى حد ما	الواعية – المفكرة – المتحضرة – الجريئة – العاملة	2	0	48	%33,10 (±%7,37)
	الإنسان بطبعه يتطور	0	1		
	نقل تصرف أجنبي في تصرف المرأة وتخلي عن تقاليدنا الشرقية	0	1		
	إبراز جوانب الإغراء والمفاتن	3	0		
	المرأة العصرية	3	1		
	المساواة	2	0		
	حقوق المرأة في الشرع الإسلامي	0	1		
	سلبيا نوعا ما	2	0	اناث	ذكور
	أخذها إلى الهاوية	1	0	%40,74	%23,44
	لا جواب	20	11	(±%9,88)	(±%10,14)
لم يضف		15	22	37	%25,52 (±%6,83)
				اناث	ذكور
				%18,52 (±%7,81)	%34,38 (±%11,37)
لا جواب		14	15	29	%20,00 (±%6,27)
المجموع		81	64	145	%100,00

جدول رقم 161

هل لديك وجهة نظر خاصة بالمرأة؟ إذا نعم، كيف ابرزتها في عملك بالأولوية ؟		إناث						ذكور						الاجمالي	النسبة للمجموع
		1	2	3	3<	اجمالي	النسبة	1	2	3	3<	اجمالي	النسبة		
نعم	ركزت على الامور الخاصة بالنساء	3	2	2	0	7	%8,64	8	0	2	3	13	%20,31	20	%13,79
	اقترحت مواضيع تخص المرأة	5	3	2	1	11	%13,58	8	4	0	1	13	%20,31	24	%16,55
	حاولت اجراء مقابلات مع نساء مميزات	5	1	2	2	10	%12,35	1	6	4	1	12	%18,75	22	%15,17
	تعاملت مع النساء بشكل مختلف عن الرجال	1	0	0	1	2	%2,47	5	2	1	2	10	%15,63	12	%8,28
	حاولت ابراز وجهات النظر الانثوية	2	2	2	1	7	%8,64	3	1	4	3	11	%17,19	18	%12,41
	تحمست للبرامج التي تهم النساء	3	4	1	3	11	%13,58	0	5	4	4	13	%20,31	24	%16,55
	حاولت ابراز مقاتل النساء	0	0	0	1	1	%1,23	1	0	1	3	5	%7,81	6	%4,14
	غير ذلك	1	1	0	1	3	%3,70	1	1	0	0	2	%3,13	5	%3,45
	لا جواب	6	0	0	0	6	%7,41	3	0	0	0	3	%4,69	9	%6,21
	الحاصل الاجمالي	26					%32,10 (±%9,39)	30					%46,88 (±%11,95)	56	%38,62 (±%7,63)
لا		28					%34,57 (±%9,57)	15					%23,44 (±%10,14)	43	%29,66 (±%7,16)
لا جواب		27					%33,33 (±%9,48)	19					%29,69 (±%9,19)	46	%31,72 (±%9,36)
المجموع		81						64						145	

جدول رقم 162

في عملك، ما هي الصورة التي حاولت تقديمها عن المرأة أولوية رقم:	إناث 1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	ذكور 1	2	3	4	5	6	6<	إجمالي	النسبة	الإجمالي	النسبة للمجموع
الواعية	43	8	3	2	2	0	0	58	%71,60 (±%9,07)	34	3	3	0	0	1	1	42	%65,63 (±%11,37)	100	%68,97 (±%7,25)
المفكرة	9	29	6	2	2	2	0	50	%61,73 (±%9,78)	7	16	2	2	1	1	3	32	%50,00 (±%11,97)	82	%56,55 (±%7,77)
الجميلة	2	0	3	1	3	1	8	18	%22,22 (±%8,36)	2	7	6	2	2	0	2	21	%32,81 (±%11,24)	39	%26,90 (±%6,95)
المغرية	0	1	2	2	2	0	6	13	%16,05 (±%7,38)	0	3	3	1	0	1	4	12	%18,75 (±%9,35)	25	%17,24 (±%5,92)
المتحررة	5	2	5	7	3	2	2	26	%32,10 (±%9,39)	1	3	3	6	4	0	1	18	%28,13 (±%10,77)	44	%30,34 (±%7,20)
الجريئة	6	11	13	8	5	3	2	48	%59,26 (±%9,88)	3	5	5	4	3	4	0	24	%37,50 (±%11,59)	72	%49,66 (±%7,83)
الخجولة	0	0	0	2	0	1	7	10	%12,35 (±%6,62)	0	1	2	0	3	0	7	13	%20,31 (±%9,63)	23	%15,86 (±%5,72)
المتحضرة	1	7	16	8	4	5	1	42	%51,85 (±%10,05)	2	6	11	2	3	2	4	30	%46,88 (±%11,95)	72	%49,66 (±%7,83)
الأنيقة	0	2	10	10	7	3	8	40	%49,38 (±%10,06)	1	2	3	7	1	2	5	21	%32,81 (±%11,24)	61	%42,07 (±%7,74)
البسيطة	1	2	1	3	4	3	1	15	%18,52 (±%7,81)	2	3	3	2	1	1	4	16	%25,00 (±%10,37)	31	%21,38 (±%6,42)
التقليدية	0	0	0	0	0	2	6	8	%9,88 (±%6,00)	0	1	0	0	0	0	8	9	%14,06 (±%8,32)	17	%11,72 (±%5,04)
غير ذلك	1	0	0	1	0	0	0	2	%2,47 (±%3,12)	2	0	0	0	0	1	0	3	%4,69 (±%5,06)	5	%3,45 (±%2,86)
لا جواب	13	0	0	0	1	0	0	14	%17,28 (±%7,61)	10	0	0	0	0	0	0	10	%15,63 (±%8,69)	24	%16,55 (±%5,82)
المجموع	81	62	59	46	33	22	41		(±%5,33)	64	50	41	26	18	13	39			145	

ملحق 2

استمارة الأسئلة

سيدتي الكريمة، سيدي الكريم.

هذه الاستمارة بحث علمية تهدف إلى تتبّع خصوصية عمل كل من المرأة والرجل في ميادين الإعلام المتلفز، في إطار سلسلة المشاريع البحثية التي يجريها «تجمع الباحثات اللبنانيات».

وهي تعتمد في جزء كبير منها على صراحتكم وسعة صدركم في الإجابة عن أسئلتها.

وإننا على ثقة بصدق تعاونكم إغناءً للبحث وخدمة للمهنة الإعلامية التي نسعى جميعاً إلى تطويرها والإعلاء من شأنها.

وإذا كانت هناك من معلومات وآراء شخصية واردة في الاستمارة، فإننا نحرص على أن تبقى طي الكتمان.

مع الشكر والتقدير.

نهوند القادري عيسى ـ الجامعة اللبنانية/ كلية الإعلام.

سعاد حرب ـ الجامعة اللبنانية/ كلية الآداب.

الرجاء وضع X في المربع المناسب.

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

العمر: ....

محل الولادة: البلدة: ..../ القضاء: ..../ المحافظة: ....

الطائفة: ....

1 ـ الوضع العائلي:

متزوج ☐ أعزب ☐ أرمل ☐ مُطلّق ☐ خاطب ☐ منفصل ☐

ـ إذا كنت متزوجاً: مهنة الزوجة/ الزوج ....

ـ كم كان عمرك لدى الزواج: ....

ـ عدد الأولاد: ....

ـ من يتولى أو كان يتولى حضانة الأولاد الصغار أثناء العمل: ....

ـ مهنة الوالد: .... / مهنة الوالدة: ....

ـ عدد الإخوة والأخوات: ....

2 ـ المستوى التعليمي:

متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دبلوم ☐ دكتوراه ☐

ـ اسم الثانوية التي تخرجت منها: ....

ـ اسم الجامعة التي تخرجت منها: ....

ـ الاختصاص: ....

ـ اللغات المتقنة: العربية: حسن ☐ جيد ☐ جيد جداً ☐

الفرنسية: حسن ☐ جيد ☐ جيد جداً ☐

الإنكليزية: حسن ☐ جيد ☐ جيد جداً ☐

غير ذلك: ....

3 ـ الوضع الاقتصادي للأسرة:

ـ حدد على نحو تقريبي دخلك الشهري:

أقل من 500,000☐ بين 5000,000 و 1000,000☐

بين مليون ومليون ونصف ☐ مليونان ☐ فوق 2 مليون ☐ فوق 3 مليون ☐

ـ دخل الزوجة/الزوج: ....

ـ دخل الوالد/الوالدة: ....

4 ـ هل تعمل أو سبق وعملت في مهنة أخرى غير الإعلام:

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم: حدد نوع العمل: ....

مكانه: .... مدته: ....

5 ـ هل عملت في مؤسسات إعلامية أخرى قبل انتسابك إلى المؤسسة الحالية:

نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم: أين: ....

متى: ....

6 ـ هل تشارك أو شاركت في برامج فضائية عربية أو فضائية: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم: أين: .... وما هي البرامج: ....

ـ هل تجد فرقاً في العمل بين المحطات المحلية والمحطات الفضائية:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لا أجد ☐

ـ إذا كنت تجد أوضح الفرق: ....

7 ـ هل عمل أو يعمل أحد أفراد عائلتك في الحقل الإعلامي: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم: حدد درجة القرابة: .... أين: ....

8 ـ هل تفضل أو كنت تفضل الزواج من إعلامي/إعلامية: نعم ☐ لا ☐ لا يهم ☐

ـ لماذا: ....

9 ـ موقف أهلك من اختيارك لمهنتك كان: سلبياً ☐ إيجابياً ☐ محايداً ☐

ـ لماذا: ....

10 ـ ما هو سبب اختيارك لهذا العمل بالأولوية مع الترقيم:

الهواية □ الاختصاص □ حباً بالشهرة □ مكسب مادي □

عمل مريح □ له مردود معنوي □ عدم وجود بدائل أخرى في سوق العمل □

كسباً لمزيد من العلاقات الاجتماعية □ مهنة دارجة □ مهنة تمنحني التحرر □

تقربني من أصحاب القرار □ تزيدني ثقافة □ بناءً على تشجيع الأهل □

ـ غير ذلك ....

11 ـ هل تجد أن الحرب أثرت على خيارك المهني: نعم □ إلى حد ما □ لا □

كيف: ....

12 ـ طريقة الحصول على عملك كانت بالأولوية مع الترقيم:

عن طريق أقرباء ومعارف □ واسطة سياسية □ انتماء حزبي □

حاجة المؤسسة إليك □ توفر شهادة الاختصاص □ توفر الخبرة □

عن طريق الصدفة □ بسبب جمال الشكل □ وراثة المهنة عن أحد أفراد العائلة □

الصوت □ معرفة لغات أجنبية □

ـ غير ذلك: ....

13 ـ لدى حصولك على العمل كان انتماؤك الطائفي عاملاً:

مساعداً □ معيقاً □ لا يهم □

ـ خصائص العمل الحالي:

14 ـ اسم المؤسسة التي تعمل فيها حالياً: ....

15 ـ تاريخ الانتساب إلى هذه المؤسسة: ....

16 ـ هل أجريت عقد عمل مع هذه المؤسسة: نعم □ لا □

ـ إذا نعم، نوع العقد: مؤقت □ دائم □ على الموضوع □ موسمي □

ـ غير ذلك: ....

17 ـ نوع العمل الحالي في المؤسسة:

ـ حدد القسم/ المديرية/ الدائرة: ....

18 ـ هل قمت أو تقوم بأعمال إضافية أخرى داخل المؤسسة: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم: حدد نوع الأعمال: .... وبأي قسم: ....

19 ـ كم عو عدد العاملين في القسم الذي تعمل فيه حالياً: ....

ـ كيف يتوزعون حسب الجنس: عدد الإناث: .... عدد الذكور: ....

20 ـ موقعك في التراتبية في هذا القسم: ....

تاريخ العمل في هذا القسم: ....

21 ـ هل ترقيت في عملك في هذا القسم: نعم ☐ لا ☐

إذا نعم: نوع الترقي: مادي ☐ موقعي ☐

ـ كم مرة ترقيت: .... مدة كل ترقية: ....

طريقة الترقية كانت: تلقائية ☐ إعتباطية ☐ معيارية ☐

غير ذلك: ....

تعود أسباب الترقية بشكل عام برأيك إلى: بالأولوية مع الترقيم

المؤهلات ☐ القرابة مع المسؤولين ☐

علاقة خاصة بالمسؤول عن القسم ☐ الخبرة ☐

ـ غير ذلك: ....

ـ إذا لم تحصل على ترقية، لماذا: ....

....

ـ هل أنت راض عن أسلوب الترقيات في العمل:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ غير راض ☐

ـ هل تجد أن فرصة الترقي في التلفزيون متاحة أكثر:

للمرأة ☐ للرجل ☐ لا يهم ☐

ـ هل تشعر أن هناك سقفاً للترقية لا يمكنك تخطيه: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، لماذا برأيك؟ ....

22 ـ جنس المسؤول عن القسم الذي تعمل فيه هو: ذكر ☐ أنثى ☐

ـ مؤهلاته العلمية: ....

ـ خبراته: ....

23 ـ بشكل عام تفضل أن يكون جنس المسؤول عنك: ذكراً □ أنثى □ لا يهم □

ـ لماذا ....

24 ـ كيف تقيّم علاقتك بالجنس الآخر داخل القسم:

إيجابية □ متأرجحة □ سلبية □

ـ كيف تصف هذه العلاقة:

صداقة □ زمالة عمل فقط □ تجنب للآخر □ حميمية □

25 ـ كيف تقيّم علاقتك شخصياً مع رئيسك المباشر:

إيجابية □ متأرجحة □ سلبية □

ـ كيف تصف هذه العلاقة: مناقشة □ مناكفة □ حذرة □

تبادل آراء □ تنفيذ أوامر □ أخذ توجيهات □

ـ غير ذلك: ....

26 ـ هل تجد من خصوصية لعمل كل المرأة والرجل في قسمك:

كثيراً □ إلى حد ما □ لا أجد □

ـ إذا كنت تجد، كيف يترجم ذلك: في طرح المواضيع □ في معالجتها □

في تقديمها □

ـ غير ذلك: ....

ـ عملياً، هل توجد في قسمك مهمات ووظائف خاصة بالنساء وأخرى بالرجال:

نعم □ لا □ أحياناً □

ـ إذا نعم، كيف يحصل التقسيم: ....

....

27 ـ في اجتماعات عمل القسم ماذا تفعل غالباً:

تستمع لآراء المسؤول وتأخذ بها كما هي □ تعارضه أحياناً □

تبادر إلى اقتراح عناوين لموضوعات جديدة □ تأخذ المزيد من الإيضاحات □

ـ ما هو موقف رئيس القسم من ملاحظاتك:

يستجيب لها دائماً □ أحياناً □ لا يستجيب أبداً □

28 ـ كيف تصف دور كل من المرأة والرجل في اجتماعات عمل القسم:

مشاركة ـ تلقي ـ لا مبالاة ـ مناقشة ـ تشويش

ـ غير ذلك:

دور المرأة	دور الرجل
....	....
....	....
....	....

29 ـ هل تجد في انتمائك البيولوجي عاملاً: مساعداً لعملك ☐ معيقاً له ☐ لا يهم ☐

ـ هل أثر انتماؤك البيولوجي على اختيارك للعمل:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لم يؤثر ☐

30 ـ كيف تقيِّم علاقتك مع زملائك ومع رئيسك المباشر بالأولوية مع الترقيم:

ود ☐ احترام ☐ منافسة ☐ تعاون ☐

نميمة ☐ غيرة ☐ تحرش ☐ عمل تكتلات ☐

31 ـ هل حصل أن اختلفت مع المسؤول المباشر عنك: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، ما هو السبب: ....

32 ـ هل حصل أن اختلفت مع أحد زملائك أو زميلاتك في العمل:

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، حدد جنس من اختلفت معه: ....

ـ وما هو السبب: ....

33 ـ هل تعمل: بمفردك ☐ ضمن فريق ☐ تبعاً للحالة ☐

ـ تفضل العمل: بمفردك ☐ ضمن فريق ☐

ـ لماذا: ....

34 ـ هل تأخذ رأي زملائك في مشاكل العمل: دائماً ☐ أحياناً ☐ لا آخذ ☐

ـ لماذا: ....

35 ـ هل تعير أذنك للثرثرة التي تحصل في ممرات المؤسسة بين الزملاء:

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، لماذا: ....

ـ من يقوم بالثرثرة أكثر: الرجال ☐ النساء ☐ الاثنين معاً ☐

ـ هل تجد أن سبب الثرثرة بالأولوية مع الترقيم هو:

المنافسة ☐ الغيرة ☐ شخصية رئيس المؤسسة ☐ طبيعة العمل الإعلامي ☐

التمييز في المعاملة ☐ سوء التصرف من قبل البعض ☐

ـ غير ذلك: ....

36 ـ كم ساعة تعمل يومياً تقريباً: ....

ـ حدد الدوام: هل هو: نهاري ☐ ليلي ☐ الاثنان معاً ☐

ـ هل تجد هذا الدوام: متعباً ☐ مريحاً ☐ مملاً ☐ أصبح عادياً ☐

ـ غير ذلك: ....

ـ هل يسبب لك هذا الدوام متاعب معيّنة: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، ما هي نوعية المتاعب: صحية ☐ عائلية ☐ اجتماعية ☐ نفسية ☐

ـ غير ذلك: ....

37 ـ هل تجد أن الراتب الذي تتقاضاه من المؤسسة: منصف ☐ إلى حد ☐ غير منصف ☐

ـ هل تجد أن هناك تمييزاً في الراتب تبعاً للجنس: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، تجد التمييز يتم لمصلحة من: المرأة ☐ الرجل ☐

ـ هل تجد أن زملاءك الذين لديهم المؤهلات نفسها يتقاضون الراتب نفسه:

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

38 ـ هل حدث أن وصل أحد زملائك إلى مرتبة أعلى سريعاً دون اختمار تجربته:

نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم: هل هو: ذكر ☐ أنثى ☐

ـ ما هو السبب برأيك: ....

39 ـ هل من تقديمات أخرى غير الراتب تقدمها المؤسسة: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، ما هي نوعية هذه التقديمات: ....

ـ وهل تطال: الجميع ☐ البعض ☐

ـ إذا كانت تطال البعض: هل هم: النساء ☐ الرجال ☐ الاثنين معاً ☐

ـ لماذا: ....

40 ـ هل حصل أن انقطعت عن عملك: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم حدد فترة الانقطاع: ....

ـ وما هو سبب الانقطاع: الولادة ☐ الزواج ☐ المرض ☐

التقصير في العمل ☐ سوء تفاهم مع المسؤولين ☐ خلافات مع الزملاء ☐

ـ غير ذلك: ....

ـ كان تأثير هذا الانقطاع على عملك: سلبياً ☐ إيجابياً ☐ أدى إلى تغيير العمل ☐

ـ غير ذلك: ....

41 ـ هل تتغيب عن عملك: كثيراً ☐ أحياناً ☐ لا أتغيب ☐

ـ إذا كنت تتغيب ما هو السبب بالأولوية مع الترقيم:

المرض ☐ الواجبات العائلية ☐ حباً بالراحة ☐

تهرباً من عمل شائك ☐ خلافات داخل العمل ☐

ـ غير ذلك: ....

42 ـ هل لديك شعور بالاستقرار في عملك:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لا أشعر بالاستقرار ☐

ـ إذا كنت لا تشعر بالاستقرار، لماذا: ....

43 ـ هل تتوقع الاستمرار في هذه المهنة لفترة طويلة: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، إلى متى تتوقع الاستمرار: حدد العمر: ....

44 ـ بماذا تشعر خلال ممارسة عملك: الروتين والملل ☐ الحماس والاندفاع ☐

الاستمتاع ☐ مجرد عادة ☐ مجرد قيام بالواجب ☐

ـ إذا كنت تشعر بالملل ما هو السبب:

أجواء العمل ☐ نوعية الموضوعات المطروحة ☐

آفاق التجديد والتطوير محدودة ☐ التكرار ☐ الجو السياسي العام ☐

ـ غير ذلك: ....

45 ـ هل تسعى إلى تغيير نوعية عملك في المؤسسة: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا كان نعم، إلام تسعى: ....

ـ وما هي برأيك الوسيلة الفضلى للوصول إلى ذلك: ....

46 ـ هل تود الانتقال للعمل في مؤسسة أخرى: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، حدد المؤسسة: ....

47 ـ هل توافق على سياسة المؤسسة التي تعمل فيها:

كلياً ☐ إلى حد ما ☐ لا أوافق ☐

ـ إذا كنت توافق ما هي أبرز الأسباب بالأولوية مع الترقيم:

حباً بالخط السياسي للمؤسسة ☐ حرصاً على عملي ☐ بدافع الانتماء الحزبي ☐

خوفاً من العزلة داخل المؤسسة ☐ حرصاً على الترقية في عملي ☐

من أجل الكسب المادي ☐ بفعل الانتماء الطائفي ☐

أفصل بين المهنة وميولي الخاصة ☐

ـ غير ذلك: ....

48 ـ ما هي العوائق التي تجد أنها تحول دون ممارسة عملك بشكل أفضل بالأولوية مع الترقيم:

الرقابة ☐ الرقابة الذاتية ☐ الضغط الآتي من مصالح المؤسسة المادية ☐

ضغط الرئيس المباشر في العمل ☐ ضغط سياسي عام ☐ ضغط اجتماعي عام ☐

ضغط معنوي ☐ ضغط عائلي ☐

ـ غير ذلك: ....

49 ـ هل حصل أن تعرضت لضغط معين في عملك:

باستمرار ☐ أحياناً ☐ لم يحصل ☐

ـ إذا كان حصل، حدد مصدر الضغط: ....

50 ـ هل حصل أن حاولت خرق القوالب والنماذج المتعارف عليها في عملك:

باستمرار ☐ أحياناً ☐ لم يحصل ☐

ـ إذا حصل ذلك، من كان المشجع لك: ....

ـ وما هو الدافع: ....

ـ أعطِ مثلاً: ....

51 ـ هل تواجه صعوبات معيّنة عندما تقدم مشروعاً جديداً أو تبادر إلى طرح موضوع جديد/ فكرة جديدة... إلخ: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐ لا أقدّم ☐

ـ إذا كنت تواجه، ما هي: ....

52 ـ هل حدث أن قدمت تضحية معيّنة من أجل عملك: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم ما هي الأولوية مع الترقيم:

خاطرات بحياتك ☐ ضحيت بسمعتك ☐ اختلفت مع عائلتك ☐

اختلفت مع الشريك ☐ خسرت أحد أصدقائك ☐ اختلفت مع زملائك ☐

توترت علاقتك بأحد المسؤولين السياسيين ☐

53 ـ هل تجد أن عملك هذا: حال دون زواجك ☐ سهل زواجك ☐

أفشل زواجك ☐ أخّر زواجك ☐ حال دون إنجابك أولاد ☐

قلل من إمكانية الإنجاب ☐ باعد بينك وبين أولادك ☐

ـ غير ذلك: ....

ـ هل تجد أن لعملك هذا كلفة ما: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم ما هي: نفسية ☐ اجتماعية ☐ عائلية ☐ مادية ☐

ـ غير ذلك: ....

54 ـ هل تجد أنك حصلت لنفسك على العمل المناسب:

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

ـ هل تنصح أقاربك أو معارفك بعمل كهذا: نعم ☐ لا ☐

55 ـ هل حصل أن فشلت بالقيام بعمل معيّن: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

ـ إذا نعم، ما هو سبب الفشل بالأولوية مع الترقيم:

ضغط الأهل ☐ الاهتمام بالأولاد ☐ ضغط الشريك ☐ ضغط اجتماعي ☐

ضغط سياسي ☐ الحفاظ على السمعة الأخلاقية ☐ عدم توفر الخبرة ☐

عدم توفر علاقات اجتماعية كافية ☐ عدم توفر مؤهلات لها علاقة بالشكل ☐

عدم توفر مؤهلات لها علاقة بالمقدرة الفكرية ☐ ضغط ديني ☐

ـ غير ذلك: ....

ـ ماذا كانت ردة فعلك في حال الفشل:

العمل على تطوير نفسك ☐ العمل على تغيير الشكل ☐

تحسين العلاقات مع المسؤول ☐ تغيير المصادر ☐ الانسحاب ☐

مزيداً من التفلت في العادات والتقاليد ☐

ـ غير ذلك: ....

56 ـ كيف كان تأثير عملك عليك:

أكسبني ثقة بنفسي: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

قوّى من منزلتي داخل العائلة: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

عزّز مكانتي الاجتماعية: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

وثّق علاقتي بالمسؤولين السياسيين: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

زادني خبرة: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

زادني ثقافة: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

زادني جمالاً: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

زادني شهرة: إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

أفسح لي مجالاً لعمل إضافي في محطات عربية أو وسائل إعلامية أخرى:

إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ لا ☐

57 ـ هل حصل أن خضعت لدورات تدريبية: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، أين: .... كم مرة: .... متى: ....

ـ مواضيع الدورات: ....

- هل تشعر أنك بحاجة إلى مزيد من التدريب: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

- لماذا: ....

58 - هل تستعين في عملك بالتقنيات والأساليب الحديثة:

باستمرار ☐ أحياناً ☐ لا أستعين ☐

- كيف تقيِّم علاقتك مع التقنيات الحديثة: صعبة ☐ سهلة ☐

لا مشكلة ☐ لم أحاول التعامل معها ☐

- هل تجد أن النساء يختلفن عن الرجال في علاقتهم بهذه التقنيات:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لا اختلاف ☐

59 - لدى الذهاب إلى العمل: تأتي على الوقت ☐ قبل الوقت ☐ متأخراً ☐

- السرعة في العمل تسبب لك: توتراً ☐ قلقاً ☐ نشاطاً ☐

- غير ذلك: ....

60 - كيف تجد العلاقة مع الجمهور من خلال عملك: مباشرة ☐ غير مباشرة ☐ بعيدة ☐

- غير ذلك: ....

- كيف تجد الجمهور الذي تتوجه إليه:

شريك إيجابي ☐ سلبي ☐ مجرد هدف للاتصال ☐

- كيف تحدد شعورك إزاء جمهورك: احترام ☐ تهيب ☐ مودة ☐ استخفاف ☐

- غير ذلك: ....

- هدفك تجاه جمهورك هو بالأولوية مع الترقيم:

تثقيفه ☐ تسليته ☐ إمداده بالمعلومات الجديدة ☐

إثارته ☐ الركض وراءه ☐ تقديمه للمعلن ☐

- غير ذلك: ....

- إلى من تفضل التوجه في عملك بالأولوية مع الترقيم:

الجمهور العام ☐ المثقف ☐ متوسط الثقافة ☐ الشباب ☐

النساء ☐ الرجال ☐ الأطفال ☐

- من تجد أسهل للإقناع: المرأة ☐ الرجل ☐ لا يهم ☐

61 ـ في العلاقة مع مصدر المعلومات، ماذا تفضل بالأولوية مع الترقيم:

المؤتمرات الصحفية ☐ القنوات الرسمية ☐ رصد البرامج الأخرى ☐

وكالات ☐ أرشيف ومراكز معلومات ☐

اتصالات مباشرة مع المسؤولين ☐ متابعة ميدانية ☐

ـ هل تجد أن العلاقة مع المصدر أسهل:

للإناث ☐ للذكور ☐ لا يهم ☐

ـ لماذا: ....

62 ـ إلام تسعى الوصول إليه من خلال عملك الإعلامي بالأولوية مع الترقيم

الأجر المادي ☐ الطموح السياسي ☐ العلاقات الاجتماعية ☐ الشهرة ☐

القرب من المسؤولين ☐ معرفة ما يجري ☐ تحقيق الذات ☐ إفادة الجمهور ☐

تسلية الجمهور ☐ تمضية الوقت ☐ التحرر ☐ التطور المهني ☐

ـ غير ذلك: ....

63 ـ ما أبرز العوامل التي تجد أنها تساهم في إنجاح عملك بالأولوية مع الترقيم:

التحضير الجيد للعمل ☐ الخبرة ☐ الثقافة ☐ الشكل الحسن ☐

الهندام الجيد ☐ عمر الشباب ☐ سرعة المبادرة ☐ الجرأة ☐

إتقان اللغة العربية ☐ الإلمام باللغات الأجنبية ☐ التدريب المستمر ☐

ـ غير ذلك: ....

64 ـ هل تجد لديك متسعاً من الوقت لتثقيف نفسك:

كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لا أجد ☐

ـ كيف تعمل على تثقيف نفسك بالأولوية مع الترقيم:

قراءة الكتب ☐ قراءة الجرائد ☐ قراءة المجلات ☐

الاستماع إلى وسائل الإعلام الأجنبية ☐ حضور ندوات ☐

متابعة دورات تدريبية ☐

ـ غير ذلك: ....

65 ـ كيف تعمل على تحسين صورتك بالأولوية مع الترقيم:

أهتم بهندامي ☐ أتبع نصائح خبراء التجميل ☐ أنتبه دائماً لتسريحة شعري ☐

أحافظ على لياقتي البدنية ☐ أطّلع على تجارب الإعلاميين الأجانب ☐

أتبع إرشادات المسؤولين عني بالكامل ☐ أعطي مجالاً لعفويتي ☐

أطور مهنتي ☐ أوسع ثقافتي ☐

ـ غير ذلك: ....

66 ـ هل تنتقد نفسك: غالباً ☐ أحياناً ☐ لا ☐

ـ لماذا: ....

67 ـ هل تملك بطاقة صحفية: نعم ☐ لا ☐

68 ـ هل تنتسب إلى نقابة ما: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، ما هي؟ .... ما هي تقديماتها: ....

وماذا تتوقع منها: ....

ـ هل المؤسسة التي تعمل فيها تسمح لك بالعمل النقابي في داخلها: نعم ☐ لا ☐

ـ هل تجد أن هناك ضرورة للانتساب إلى النقابة: نعم ☐ لا ☐

ـ لماذا: ....

ـ هل تجد أن النقابة قادرة على الدفاع عن حقوق الصحافيين المهنية:

إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ غير قادرة ☐

ـ هل معرفتك بالقوانين المنظمة للعمل الصحفي في لبنان هي:

جيدة ☐ وسط ☐ ضعيفة ☐

69 ـ هل أنت منتسب إلى جمعيات: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، ما هي: ....

70 ـ هل أنت منتسب إلى أحزاب: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، ما هي: ....

71 ـ هل تمارس نقداً للمؤسسة التي تعمل فيها: دائماً ☐ أحياناً ☐ لا أنتقد ☐

72 ـ هل تجد أن الحياد والموضوعية متوفران في عملك:

إلى حد كبير ☐ إلى حد ما ☐ صعب توفرهما ☐

73 ـ إلام تعطي الأفضلية في عملك الإعلامي:

للخبر ☐ للتفسيرات حوله ☐ الاثنين معاً ☐

74 ـ تنتقي الأخبار والموضوعات عندما يتسنى لك ذلك بناءً على/ بالأولوية مع الترقيم:

أهمية الحدث بحد ذاته ☐ أنضليات إيديولوجية ☐ مصلحة المؤسسة المادية ☐

لأن الموضوع مثير لاهتمام الجمهور ☐ بناءً على رأيك الخاص ☐

لصالح أصحاب المؤسسة ☐ لصالح أحد السياسيين ☐

تنفيذاً لتوجيهات رؤسائك ☐ بناءً لاعتبارات تقنية ☐

بناءً لخطوط حمر لا يمكن تجاوزها ☐ بناءً لما يعجب المعلن ☐

ـ غير ذلك: ....

75 ـ بالتعامل مع الحدث:

تعطي الخبر كما هو وتدع المشاهد يحكم ☐

تُفهم المشاهد خطورة الحدث وتنبهه إليه ☐

تركّز على زاوية معيّنة دون غيرها ☐ تغيّر السياق العام للحدث ☐

تقتطع أجزاء منه ☐ لست في موقع القرار ☐

ـ غير ذلك: ....

76 ـ إلام تعطي الأولوية مع الترقيم في هذه الممارسات الصحفية:

التعبير عن مطالب الناس ☐ نقل الأحداث بموضوعية ☐

مساعدة وتقديم الإرشاد للجمهور ☐

ممارسة تأثير سياسي لمصلحة طرف معيّن ☐

تسلية الناس والترفيه عنهم ☐

إعطاء الفرصة لكافة الأطراف للتعبير عن آرائهم ☐

تنفيذ رغبات المعلن ☐

ـ غير ذلك: ....

77 ـ ضع هذه الممارسات الصحفية في خانة: أقبل ـ لا أقبل ـ أحياناً أقبل

ـ الرشوة للحصول على المعلومات ....

ـ التخفي للحصول على المعلومات ....

ـ استعمال وثائق خاصة دون إذن أصحابها ....

ـ التظاهر بالانتماء إلى مجموعة ما لمعرفة أخبارها ....

ـ التحرش بالمصادر الممتنعة ....

ـ القبول بالتحرش من أجل معرفة الأخبار ....

78 ـ كيف توزع المفردات التالية في خانتي سلبيات وإيجابيات الإعلام المتلفز:

	سلبي	إيجابي
إشاعة العنف		
صدمة الصورة		
البث الفوري		
الاتصال المباشر		
الاختصار		
الإشهار السريع		
إمكانية الوصول لكل بيت		
الصورة على حساب الفكرة		
عدم إمكانية التعمق في الموضوع		
الارتجال		
خفة البرامج		
السرعة في العمل		
استهلاك الموضوعات		
تكرار البرامج		
المنافسة المحمومة		
استضافة المسؤولين المتكررة		
تسليط الأضواء على الحدث		

79 ـ بشكل عام تفضل العمل في/ بالأولوية مع الترقيم:

البرامج السياسية ☐ البرامج الثقافية ☐ برامج التسلية والترفيه ☐

الألعاب ☐ ربط البرامج ☐ البرامج الوثائقية ☐

ـ غير ذلك: ....

80 ـ بشكل عام تفضل أن تكون/ بالأولوية مع الترقيم:

معداً ☐ مخططاً ☐ منفذاً ☐ مقدماً ☐ موثقاً ☐ مخرجاً ☐

مساعد مخرج ☐ مهندس صوت ☐ مهندس صورة ☐ مذيع ربط ☐

مراسلاً ☐ أن تعمل في الإضاءة ☐ في المونتاج ☐ في الماكياج ☐

في الديكور ☐

ـ غير ذلك: ....

81 ـ هل تعتقد أن هناك أعمالاً في التلفزيون تصلح للنساء ولا تصلح للرجال وبالعكس: نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐

إذا نعم، كيف يمكن تصنيفها:

الأعمال الخاصة بالرجال	الأعمال الخاصة بالنساء
....	....
....	....
....	....

82 ـ كإعلامي في التلفزيون، هل تجد أن هناك مواصفات معيّنة مطلوب منك أن توفرها: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم ما هي: ....

83 ـ مَن بين الإعلاميين الذين ترغب في أن تستفيد من تجربتهم:

ـ لبنانيون: ....

ـ عرب: ....

ـ أجانب: ....

84 ـ كيف تقيّم دورك في المجتمع من خلال عملك في الميديا:

فعّال ☐ سلبي ☐ لا أهمية له ☐

85 ـ هل أنت راض عن الأداء الإعلامي المتلفز في لبنان:

كلياً ☐ إلى حد ما ☐ غير راض ☐

ـ لماذا: ....

86 ـ في عملك، ما هي الصورة التي حاولت تقديمها عن المرأة بالأولوية مع الترقيم:

الواعية ☐ المفكرة ☐ الجميلة ☐ المغرية ☐ المتحررة ☐ الجريئة ☐

الخجولة ☐ المتحضرة ☐ الأنيقة ☐ البسيطة ☐ التقليدية ☐

ـ غير ذلك: ....

87 ـ هل لديك وجهة نظر خاصة بالمرأة: نعم ☐ لا ☐

ـ إذا نعم، كيف أبرزتها في عملك بالأولوية مع الترقيم:

ركزت على الأمور الخاصة بالنساء ☐ اقترحت مواضيع تخص المرأة ☐

حاولت إجراء مقابلات مع نساء مميزات ☐

تعاملت مع النساء بشكل مختلف عن الرجال ☐

حاولت إبراز وجهات النظر الأنثوية ☐ تحمست للبرامج التي تهم النساء ☐

حاولت إبراز مفاتن النساء ☐.

ـ غير ذلك: ....

88 ـ هل تجد أن التلفزيون في لبنان أضاف أشياء جديدة على صورة المرأة التي تمثلها والدتك: كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لم يضف ☐

ـ إذا كان أضاف، كيف: ....

89 ـ هل تجد أن هناك فرقاً بين المرأة التي تعمل في التلفزيون حالياً وبين الجيل الذي تمثله والدتك: كثيراً ☐ إلى حد ما ☐ لا أجد ☐

ـ إذا كنت تجد، كيف تقيّم هذه الفروق: نحو الأفضل ☐ نحو الأسوأ ☐

ـ غير ذلك: ....

90 ـ إلآم تعطي الأولوية في حياتك خارج إطار العمل مع الترقيم:

الاهتمام بالأعمال المنزلية ☐ الاهتمام بأفراد العائلة ☐

ممارسة الهوايات المفضلة ☐ الاهتمام بالمظهر ☐

متابعة التحصيل العلمي ☐ القيام بنشاطات اجتماعية ☐

ـ غير ذلك: ....

91 ـ مستقبلاً، في أي مجال تفضل أن يعمل ابنك: ....

ـ أن تعمل ابنتك: ....

شكراً جزيلاً لتعاونكم

المراجع

1- أسعد الأتات وجاك قابنجي: «المرأة العاملة في لبنان»، التجمع النسائي الديمقراطي اللبناني- شركة المطبوعات للتوزيع والنشر- بيروت 1997.

2- أرلين علوي مكليود، «الاحتجاج الهادئ - المرأة العاملة والتحجب الجديد والتغير في القاهرة»، ترجمة اكرام يوسف، المجلس الأعلى للثقافة، مصر 1999.

3- ريجيس دوبريه، محاضرات في علم الإعلام العام - الميديولوجيا- ترجمة د. فؤاد شاهين، د. جورجيت الحداد، دار الطليعة- بيروت 1999.

4- ليلى أبو لغد، الحركة النسائية والتطور في الشرق الأوسط، ترجمة نخبة من المترجمين، المجلس الأعلى للثقافة- مصر 1999.

5- التمايز النوعي بين الجنسين في لبنان، وزارة الشؤون الاجتماعية، بالتعاون مع صندوق الأمم المتحدة للسكان، بيروت 2000.

6- مائة عام على تحرير المرأة، المجلس الأعلى للثقافة، مصر، سلسلة أبحاث المؤتمرات، اشراف د. جابر عصفور، 23-28 أكتوبر 1999.

7- المرأة والرجل في لبنان، صورة احصائية، ESCWA-UNESCO-UNDP-UNIFAM-IDRC-UNFA-ILO

8- المرأة العربية ووسائل الإعلام، مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، كوثر، دراسة ميدانية في أربعة أقطار عربية 1998.

9- المساواة بين النوعين، دليل للمفاوضة الجماعية، الكتيب الخامس، «الكرامة في مكان العمل»، تأليف شاونا أولني، اليزبيث جودسون، كاشيني مالوبا كينز، ميث اونيل - مكتب العمل الدولي، جنيف، شعبة قانون العمل والعلاقات العمالية، منظمة العمل الدولية، 1999، مصر.

10- المؤشرات الدالة على الجندر، أهميتها وطرائق عملها- النسخة الانكليزية للوكالة الكندية العالمية للتنمية CIDA 1997، ترجمة معين امام- التجهيز الطباعي، المدى- دمشق.

11- «رؤى»، عدد 2، خريف 1998، نشرة صادرة عن اللجنة الوطنية لشؤون المرأة- لبنان.

12- «الفضائية»، السنة السابعة 1999، العدد 98.

13- «الحسناء»، كانون الثاني 1998.

14- «الحياة»، 20-1-2001 و5-7-1999 و18-5-1999 و20-11-1998 و15-9-1998 و5-6-1998 و16-5-2002.

15- «الديار»، ملحق الديار الأسبوعي، المرأة في المجتمع، العدد 13، 8 أيار 1997.

16- «السفير»، 8-11-1999 و1-7-1999 و22-12-1997 و21-11-1997 و5-6-1998.

17- «الشرق الأوسط»، 13-12-2001 و27-10-2001 و13-11-2001.

18- «المستقبل»، نشرة 21-3-1997.

19- «النهار»، 1-6-2000 و4-5-1999 وملحق النهار السبت 21-10-2000 وملحق حقوق الناس 3-9-1997 ونهار الشباب 20-1-1998.

1- Balle *Francis*, Le mandarin et le marchand: Le juste pouvoir des medias - Flammarion - Paris 1995.

2- Bouillaguet Patricia - Bernard *Annie Gauvin* Ayel - Jean Luc Autin, "Femmes *au travail* - prosperite et crise", préface Henri Bartoli - economica - Paris 1981.

3- Boulos Jean Claude, "La télé quelle histoire", Presse de la *SIEL*. Beyrouth - Decembre 1995.

4- Bourdieu Pierre, "Sur la television", édition Liber.

5- Bourdieu Pierre, "La domination masculine", *éd.* Seuil, collection Liber. Paris, 1998.

6- El Kadri Issa Nahawand, "Contribution à l'étude de la presse feminine *libanaise* 1899-1985" - thèse de doctorat de l'*université* Paris 2, Paris, mars 1989.

7- Halimi Gisele, La cause des femmes - édition Gallimard - Paris 1992.

8- Lazar Judith, Sociologie de la communication de *masse*, culture, domination et opposition. Paris, Armand Colin 1991.

9- Martin Michele, Communications et medias de masse, culture, domination et opposition. Quebec presse de l'université de Quebec 1991.

10- Mathien Michel, Le système médiatique, éd. Hachette, Paris 1989.

11- "Femmes et medias", sous la direction d'Evelyne Serdjenian, éd. L'Harmattan, Paris 1997. Acte du 15ème Congres de l'Union Professionelle feminine, Toulon 1995.

12- Women's experiences in media, edited by Rima Jimenez David, published by Isis International Manila and the world association for Christian communication 1996.

13- Le Monde diplomatique - Manière de voir - Mars Avril 1999 - le deuxième sexe du journalisme.

14- Le Monde diplomatique, mai, 2000

15- Hemes, no4, le nouvel espace public, Paris, CNRS 1991.

16- Marie Claire, Mai 1999.

نهوند القادري و سعاد حرب

الإعلاميات والإعلاميون في التلفزيون

كي لا تختزل اللبنانيات بالإعلاميات، والإعلاميات بالمرئيات منهن على الشاشة. وكي لا ننظر إلى حضور النساء في الإعلام المرئي كإعلاميات من زاوية الارقام والنسب بمعزل عن مواصفات العمل وظروفه، وظروف عمل محطات التلفزة وتنافسها وبالعلاقة مع السياق الاجتماعي والاقتصادي. وكي لا نحكم على نتيجة اعمال الإعلاميات وانعكاسها على صورة المرأة، وكأنهن سلبيات يعملن بمفردهن، متلقيات ما يملى عليهن غير معنيات وغير مشاركات بصنع اوضاعهن.

لهذه الاسباب وغيرها اردنا من عملنا هذا الذهاب ابعد من مسألة التواجد الكمي للإعلاميات، وابعد من المقارنة المبسطة والآلية مع تواجد الإعلاميين، نحو البحث في نوعية هذا التواجد ومواقع كل من الجنسين من عملية الانتاج الإعلامي، ومن عالم العمل وتقسيم الوظائف وتعيين المهمات.

و لاننا لم نبغ من بحثنا هذا تبرئة ولا ادانة احد، فإننا اردنا فتح باب النقاش للتفكير معاً اولاً، في كيفية التخفيف من مخاطر البعد الوظيفي للاتصال. اذ ان مفاعيل اقتصاد السوق وما يجر معه من معايير للعمل والتوظيف قد تطال الفئات الاكثر ضعفاً، والتي ربما تشكل النساء الجزء الاكبر منها.

وثانياً، في كيفية التفلت من اسر المحددات الاجتماعية والثقافية لادوار كل من الجنسين. وثالثاً، في كيفية استثمار جهود من خرجن عن هذه الادوار من الإعلاميات من اجل مشاركة فعالة لهن في رسم ادوار جديدة تتناسب مع المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي بدت متسارعة في العقود الاخيرة.

المركز الثقافي العربي

تجمع الباحثات اللبنانيات